

**UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE**

Maja Medja

**PRIMERJAVA PROPAGANDE AMERIŠKE VLADE IN POROČANJA AMERIŠKIH
MEDIJEV V ČASU PRVE IN DRUGE ZALIVSKE VOJNE**

Diplomsko delo

Ljubljana, 2007

**UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE**

Maja Medja

Mentor: red. prof. dr. Marjan Malešič

**PRIMERJAVA PROPAGANDE AMERIŠKE VLADE IN POROČANJA AMERIŠKIH
MEDIJEV V ČASU PRVE IN DRUGE ZALIVSKE VOJNE**

Diplomsko delo

Ljubljana, 2007

PRIMERJAVA PROPAGANDE AMERIŠKE VLADE IN POROČANJA AMERIŠKIH MEDIJEV V ČASU PRVE IN DRUGE ZALIVSKE VOJNE

V času prve in druge zalivske vojne, so imeli pomembno vlogo mediji, preko katerih je občinstvo spremljalo potek vojne. Združene države Amerike, kot vodilna sila večje koalicije sodelujočih držav, so se v obeh vojnah zavedale pomembnosti in vloge medijev. V pričujočem diplomskem delu sem analizirala vlogo ameriških medijev v odnosu do ameriške administracije in v odnosu do javnosti ter ugotavljala koliko so mediji le širili vladno propagando. Z različnimi omejitvami in smernicami je bilo medijsko poročanje omejeno, z vrsto ukrepov je bil novinarjem onemogočen dostop do bojišč, pojavljali so se samocenzura, identificiranje z vojaki, vse to pa je posledično vplivalo na predstavo javnosti o vojni in njeno podporo politiki. V dvanajstih letih med obema zalivskima vojnama je bistveno napredovala tehnologija posredovanja informacij in poročanja, kar pa ni odločilno vplivalo na kakovost poročil ameriških medijev. Primerjalna analiza zalivskih vojn povzema glavne značilnosti medijskega poročanja in propagande v zalivskih vojnah leta 1991 in leta 2003.

Ključne besede: Prva zalivska vojna, Druga zalivska vojna, ameriški mediji, propaganda

COMPARISSON OF AMERICAN GOVERNMENTAL PROPAGANDA AND AMERICAN MEDIA REPORTING DURING THE FIRST AND THE SECOND GULF WAR

During the first and second Gulf War mass media played a significant role, that of informing the public of the course of war. United States of America, the leader of a greater coalition of participating countries, were aware of the importance and the role of the media. In this diploma I have analyzed the relationship between the American media, American administration and the public, trying to establish whether the American media spread governmental propaganda and in what proportions. Various limitations and regulations restricted media reporting, measures were taken to prevent the reporters from accessing the battlefields. Together with self-censorship and the process of identification with the troops all of this influenced and shaped public perceptions of war and its support for the politics. During both Gulf Wars the technology of transmitting information and reporting changed considerably. This, however, did not influence the quality of American media reports in a decisive manner. A comparative analysis sums up the main characteristics of media reporting and propaganda in the Gulf Wars in 1991 and in 2003.

Key words: The first Gulf War, the second Gulf War, American media, propaganda

KAZALO

1. UVOD	6
2. METODOLOŠKO-HIPOTETIČNI OKVIR	8
2.1 Identifikacija problema	8
2.2 Hipotezi	8
2.3 Cilji naloge	9
2.4 Metodologija	9
2.5 Temeljni koncepti in pojmi	10
2.5.1 Politično komuniciranje	10
2.5.2 Propaganda	11
2.5.3 Politična propaganda	12
2.5.4 Oblike in pravila propagandnega delovanja	12
2.5.5 Vojna propaganda	14
2.5.6 Množični mediji	14
3. ODNOSI MED MEDIJI, OBLASTJO IN JAVNOSTJO	15
3.1 Lastništvo medijev	15
3.2 Odnos mediji – javnost	16
3.3 Odnos mediji – oblast	16
4. ZALIVSKA VOJNA LETA 1991	17
4.1 Ideologija in namen propagandne kampanje v prvi zalivski vojni	17
4.2 Medijsko pokrivanje Iraka pred letom 1990	19
4.3 Priprave na vojno	19
4.4 Demoniziranje Sadama Huseina	19
4.5 Pridobivanje javnega mnenja in legitimnosti	20
4.6 Delovanje medijev med vojno	21
4.6.1 Sistem poolov in vojaška cenzura	22
4.6.2 Neodvisni poročevalci, t. i. unilateralci	24
4.6.3 Tiskovne konference v Rijadu	25
4.6.4 Televizija	25
4.6.5 Jezik	26
4.6.6 Prikazovanje žrtev na televiziji	27
4.6.7 Razkritje resnice	27
4.7 Primeri propagande	28
4.8 Odziv medijev po vojni	30
5. VOJNA V IRAKU LETA 2003	31
5.1 Razlogi za vojno	31
5.1.1 Propaganda pred vojno	31
5.1.2 Orožje za množično uničevanje	32
5.1.3 Sodelovanje režima s teroristično organizacijo Al Kajda	33
5.2 Medijsko pokrivanje vojne	34
5.3 Poročanje ameriških medijev o vojni	35

5.3.1 Televizija _____	35
5.4 Poročanje medijev neodvisnih od vlade in korporacij _____	36
5.4.1 Svetovni splet _____	36
5.5 Bojnoformacijsko novinarstvo, t. i. embedding _____	38
5.5.1 Identificiranje novinarjev s četami _____	39
5.5.2 Poročanje embedded novinarjev _____	40
5.5.3 Ocene sistema embedding po vojni _____	41
5.6 Jezik in retorika _____	41
5.7 Vojna z mediji _____	42
5.7.1 Prikazovanje žrtev _____	42
5.7.2 Pristranskost ameriških medijev _____	43
5.8 Reševanje Jessice Lynch _____	43
5.9 Zrušenje kipa in prijetje Sadama Huseina _____	44
5.10 Ostanki Sadamovega režima _____	45
6. PRIMERJAVA POROČANJA IN PROPAGANDE V PRVI IN DRUGI ZALIVSKI VOJNI _____	46
1. Ideologija in namen propagandne kampanje _____	46
2. Kontekst propagande _____	47
3. Identifikacija propagandista in struktura propagandne organizacije _____	48
4. Ciljna publika _____	48
5. Tehnike izkoriščanja medijev _____	49
6. Posebne tehnike za povečanje učinka _____	50
7. Monopol nad viri informacij _____	53
8. Odzivi javnosti na različne propagandne tehnike _____	53
9. Protipropaganda _____	54
10. Učinki in ocene _____	55
7. SKLEP _____	56
8. LITERATURA _____	58
8.1 Samostojne publikacije _____	58
8.2 Članki v revijah _____	59
8.3 Članki v zbornikih _____	59
8.4 Internet _____	62
PRILOGE _____	655

1. UVOD

Razmere v mednarodni skupnosti, še posebno obdobje po hladni vojni, so spremenile odnos do vojne, saj so na Zahodu zelo majhne možnosti vojaških spopadov med dvema državama, kot so bili v preteklosti. Prebivalci tega dela sveta se zatorej ne čutijo neposredno vojaško ogroženi in niso pripravljeni žrtvovati svojega življenja ali življenja svojih bližnjih za bojevanje v neki tretji deželi zgolj zaradi ekonomskega interesa svoje države. Lahko bi torej rekli, da v sodobnih vojnah interesi države trčijo ob interese javnosti. V sodobnih vojnah se bitke bojuje na dveh bojiščih, v obliki oboroženega boja na nekem ozemlju, proti sovražnim silam, druga bitka pa se bije za srca in mnenja ljudi. Ta se bije na nevidnem bojišču, z mnogo bolj prikritimi sredstvi in s pomočjo množičnih medijev v obliki psihološkega bojevanja. Pomemben del le-tega je tudi propaganda.

Njen pomen so prepoznali že kruti totalitarni režimi, ki so propagandne tehnike tudi uporabljali. Nemški general Herman Goering, predsednik nemškega parlamenta in nacistične stranke, je dejal:

Seveda običajni ljudje nočejo vojne: ne v Rusiji, ne v Angliji, niti v Nemčiji. To je razumljivo. Vseeno pa so voditelji držav tisti, ki določajo politiko, in prav lahko je za seboj potegniti ljudi, naj gre za demokracijo, fašistično, komunistično diktaturo ali parlament ... Ljudi, tako tiste, ki imajo glas, kot tiste, ki ga nimajo, je vedno mogoče podrediti volji volje. Prav lahko je. Vse, kar jim moraš reči, je, da bodo napadeni, ter miroljubneže ožigosati zaradi pomanjkanja domoljubja in postavljanja države v nevaren položaj. To enako deluje v vsaki državi (Internet 18).

Tudi v zalivskih vojnah so se ZDA bojevale na dveh bojiščih; na prvem bojišču proti oboroženim silam Iraka in na drugem, kjer so bile bitke za javno podporo vojni. Za vlado je namreč ključno, da državljani podpirajo njeno politiko, zato za dosego tega cilja uporablja različne tehnike, tudi propagando. Po eni izmed definicij propagande velja, da je namen le-te podpirati stvar, ki je popolnoma v interesu propagandista, ne pa tudi prejemnika.

Politika javnost dosega predvsem posredno, prek množičnih medijev, v tako imenovanem procesu političnega komuniciranja mediji igrajo pomembno vlogo, saj lahko precej vplivajo na javnost. Že samo z večjim posvečanjem pozornosti neki temi se lahko javnosti zdi ta tema pomembnejša. Zaradi tega in globalizacije politike ter javnega mnenja postajajo mediji eden

pomembnejših dejavnikov tudi v konfliktih in oboroženih spopadih. Namen propagande je pridobivanje podpore ljudi za nek namen, pogosto s pretiravanji, popačenji ali celo lažmi. Vojna je sama po sebi postala medijski spektakel, ki ga ameriška oblast uporablja za promocijo svojih interesov, služi pa tudi za odvrčanje pozornosti od problemov doma (v obdobju pred začetkom prve zalivske vojne se je ameriška politika srečevala z upadanjem priljubljenosti predsednika Busha starejšega, predvsem zaradi zviševanja davkov, leta 2003 pa se je predsednik Bush mlajši prav tako loteval upadanja podpore volivcev in gospodarskih problemov).

V diplomski nalogi sem se osredotočila na propagando ameriške vlade, koliko so jo (ne)kritično širile pomembnejše ameriške televizijske postaje in na uspešnost propagadnih kampanj. Analizirala sem ameriško propagando, usmerjeno na domačo javnost in poročanje ameriških medijev med prvo in drugo zalivsko vojno. Izmed množičnih medijev sem se osredotočila predvsem na tistega, ki doseže najširšo javnost, in sicer na televizijo, saj naj bi leta 2000 dve tretjini Američanov večino novic pridobilo s televizije. Analiza zajema obdobje pred začetkom konfliktov, obdobje vojne ter odzive medijev in javnosti po koncu vojne. V zadnjem delu diplomske naloge sledi primerjalna analiza obeh vojn, in to glede na propagando in poročanje medijev.

2. METODOLOŠKO-HIPOTETIČNI OKVIR

2.1 Identifikacija problema

Propagandne dejavnosti so nepogrešljiv del sodobnih vojn, s pomočjo katerih se pridobiva podpora javnosti, se le-to ohranja med vojno in s pomočjo katerih se po vojni izoblikujejo splošna podoba in vtisi o vojni. Združene države Amerike so leta 1991, kot vodilna sila večje koalicije, napadle Irak zaradi njegove okupacije Kuvajta avgusta 1990 in posledičnega kršenja mednarodnega prava. Pred letom 1991 so ZDA vodile dokaj prijateljske odnose s to državo, ki so jo med letoma 1980 in 1988 celo podprle v iransko-iraški vojni in jo oskrbovale z orožjem. Zaradi preteklih dobrih odnosov je bila leta 1990 naloga ameriške vlade javnosti prikazati vzroke za spremenjen odnos ZDA do Iraka in razloge, zaradi katerih so se ZDA odločile stopiti v vojno s to bližnjevzhodno državo. Ameriška vlada se je pri tem oprla na propagandni aparat in s poročanjem ameriških množičnih medijev, resnic, polresnic in laži ji je uspelo ameriško javnost prepričati o pravilnosti in nujnosti odločitve za vojno. Dvanajst let pozneje, leta 2003, so ZDA v koaliciji z Veliko Britanijo, Južno Korejo in Avstralijo znova napadle Irak, tokrat iz drugačnih vzrokov, zaradi kršenja resolucij Združenih narodov, razvoja orožja za množično uničevanje in kot del vojne proti terorizmu, vendarle pa proti istemu voditelju in režimu. Tudi takrat so podporo ameriške javnosti za vojno pridobili s pomočjo propagande. Vzroki za vojno, potek vojne in njene posledice so bili v obeh zalivskih vojnah ameriški javnosti posredovani prek množičnih medijev in so posredno vplivali na podporo ameriške javnosti vojni. Vprašanje je, koliko so množični mediji le širili propagando ameriške vlade, koliko jim je bilo sploh omogočeno neodvisno in objektivno poročanje in koliko je bila ameriška propaganda doma uspešna.

2.2 Hipotezi

H1: Razvoj tehnologije in napredek po prvi zalivski vojni je medijem omogočal večjo neodvisnost v vojni leta 2003, saj se za prenos informacij niso več zanašali na vojsko, ne glede na to velike televizijske postaje tega niso izkoristile.

H2: Visoko podporo ameriške javnosti za začetek vojne tako leta 1991 kot 2003 gre delno pripisati slabi oziroma napačni obveščenosti javnosti, tudi zaradi propagande ameriške vlade in nekritičnega ter premalo objektivnega poročanja ameriških televizijskih postaj.

2.3 Cilji naloge

V diplomski nalogi sem si zastavila naslednje cilje:

- predstaviti značilnosti poročanja ameriških medijev in propagande v prvi zalivski vojni,
- predstaviti značilnosti poročanja ameriških medijev in propagande v drugi zalivski vojni,
- predstaviti, koliko sta propaganda ameriške vlade in poročanje ameriških medijev vplivala na podporo ameriške javnosti v obeh vojnah,
- raziskati podobnosti in razlike v poročanju ameriških medijev in propagandi v obeh vojnah in za njih poiskati vzroke,
- analizirati in sistematično prikazati podobnosti in razlike v propagandi in poročanju ameriških medijev v obeh zalivskih vojnah.

2.4 Metodologija

V diplomskem delu sem uporabila teoretične metode raziskovanja. V začetku sem uporabila metodo zbiranja in analiziranja podatkov, dostopnih v samostojnih publikacijah, člankih, zbornikih in na svetovnem spletu. Za splošen pregled temeljnih pojmov, množičnih medijev in obeh zalivskih vojn sem si pomagala z deskriptivno metodo, s pomočjo zgodovinsko-analitične metode pa sem predstavila zgodovinsko ozadje, potek in okoliščine vojn. Opredeljevanja temeljnih pojmov sem se lotila na tak način, ki mi je pozneje omogočal prepoznavanje in uporabo teh pojmov na konkretnih primerih propagande.

Pri raziskovanju prve zalivske vojne sem uporabila predvsem metodo analize pisnih virov, saj dejanskih poročil medijev ni mogoče dobiti, poleg tega obstajajo kvalitetne analize medijskega poročanja v tem obdobju, ki sem jih kritično uporabila. Pri analizi poročanja medijev v drugi zalivski vojni sem si pomagala s sekundarnimi viri, poleg tega sem analizirala še poročanje največjih televizijskih postaj o pomembnejših dogodkih, reševanju vojakinje Jessice Lynch, zrušenju kipa Sadama Huseina in govoru predsednika Busha ob razglasitvi konca večjih vojnih operacij. Pri tem sem pregledala 18 poročil televizijskih postaj CNN, Fox News in MSNBC, dostopnih na svetovnem spletu. Moram poudariti, da zaradi precejšnje časovne oddaljenosti ni mogoč dostop do vseh poročil, ki so bila objavljena v letu 2003. Ob uporabi primerjalne analize v zadnjem delu diplomske naloge sem na osnovi propagandnega modela povzela značilnosti propagande in poročanja ameriških medijev v obeh zalivskih vojnah ter tako sestavila sklepne ugotovitve.

2.5 Temeljni koncepti in pojmi

2.5.1 Politično komuniciranje

McNair (Ferfila 2002: 258) razume politično komuniciranje kot namensko komuniciranje o politiki, ki zajema vse oblike komuniciranja političnih akterjev za doseganje določenih ciljev. Tako komuniciranje je tudi komunikativno delovanje, s katerim se sporazumevamo o političnih in drugih relevantnih vprašanjih v družbi, ter stalnica našega socialnega življenja (Internet 7).

Skupne značilnosti političnega komuniciranja so:

1. Usmerjenost na takojšnje učinke.
2. Ciljna usmerjenost.
3. Pomembnost množičnih medijev.

Politično komuniciranje je v večini primerov za posameznika le posredno, prek medijev, ki mu prenašajo probleme, opredeljene kot politične, ga navidezno povezujejo s sogovorniki v političnem prostoru in mu tudi že predstavljajo rešitve, sporazumne ali alternativne (Internet 7). Poteka prek govorov, tiskovnih konferenc, iskanja podpore za različne projekte, opravičevanja spornih političnih potez, s pomočjo množičnih medijev dosežemo javnost. Politični mediji imajo nalogo nadzora politikov, so tako imenovana četrta veja oblasti. Politični mediji ne samo poročajo, temveč tudi vodijo v političnem dogajanju, sodelujejo pri postavljanju poglobitnih tem za javno razpravo in tudi pri okvirjanju teh tem ter videnju same razprave. Mediji so namreč tisti, od katerih javnost dobiva vse politične informacije. Politike, usmerjene na občinstvo, so osnovane predvsem na želji pridobivanja podpore volivcev, kajti politična sporočila niso nevtralna, temveč se oblikujejo glede na ciljno občinstvo (Ferfila 2002: 258, 259, Denton, Woodward 1998).

4. Usmerjenost k občinstvu.

Mediji in politično novinarstvo ostajajo ključni v svoji mediatorski vlogi, za kar bi morali biti kompetentni in odgovorni (Internet 7).

2.5.2 Propaganda

Propaganda je pomemben del psihološkega bojevanja,¹ ta pa je del strategije posrednega nastopanja.²

Po definiciji Lippmana velja, da je propaganda, če »skupina ljudi, ki ima moč preprečiti neodvisen dostop do dogajanja, priredi poročilo o dogodku v skladu s svojimi interesi« (Lippmann 1999: 55).

Daugherty in Janowitz jo opredeljujeta kot »načrtno širjenje novic, informacij, posebnih argumentov in pozivov z namenom vplivanja na misli, dejanja in prepričanja določene skupine« (Malešič 1997: 32).

Lasswell označuje propagando kot tehniko, ki je izpopolnjena z namenom vplivanja na človekovo vedenje prek manipulacije njegovih predstav (Malešič 1997: 34).

Vreg navaja Maletzkega, ki pravi, da naj bi propagando imenovali načrtni poskus komunikacijskega vplivanja na mnenja, stališča, načine vedenja ciljnih skupin s političnimi cilji (Vreg 2004: 131).

Splichal (1997: 192) citira Jowetta in O'Donnellovo, ko pravi, da je namen propagande podpirati pristransko ali kompetitivno stvar, ki je v popolnem interesu propagandista, ne pa tudi v interesu prejemnika. Prepričevanje opredeljuje kot komunikacijski proces, s katerim se vpliva na druge; navadno kot kontinuiran in interaktiven proces (prav tam). Spremembe, ki nastopijo v zaznavah in vedenju prejemnika, so prostovoljne in so lahko celo obojestransko koristne (prav tam).

Pečjak citira Šiberja, ki pravi, da je propaganda »namerno in načrtno spreminjanje in nadziranje stališč zaradi oblikovanja predispozicije za določen način vedenja« (Pečjak 1994: 128).

Natova definicija propagande: »Vse vrste informacij, idej ali posebnih pozivov, ki se širijo z namenom, da bi vplivale na mnenja, čustva, stališča ali vedenje kakšne posebne skupine in bodisi posredno ali neposredno koristile organizatorju propagandne kampanje« (Snow 2004: 54).

¹ Sintagmo je prvi uporabil Fuller, ki je dejal, da bi v prihodnosti psihološko bojevanje lahko zamenjalo klasična sredstva vodenja vojn. Ob koncu petdesetih let prejšnjega stoletja sta Daugherty in Janowitz definirala psihološko bojevanje kot načrtno uporabo propagande in drugih akcij z namenom vplivanja na mnenja, čustva, odnose in vedenje sovražnih, nevtralnih ali prijateljskih tujih skupin, na način ki podpira uresničevanje nacionalnih namer in ciljev (Malešič 1997: 32).

² Liddel Hart je v delu Strategija posrednega nastopanja zatrjeval, da so bili veliki vojaški uspehi rezultat posrednega nastopanja, čigar del je tudi psihološki pristop. Verjel je, da je mogoče dosegati strateške cilje brez aktivne uporabe oborožene sile oziroma je mogoče doseči zmago »brez kaplje krvi« (Malešič 1997: 31).

Razvoj množičnega komuniciranja je dal propagandi neslutene politične razsežnosti, saj se je spremenila v širjenje miselnih vzorcev s pomočjo množičnih medijev (Vreg 2004: 131). Vreg piše tudi o tem, da je ameriški sociolog Fichter za ameriško politično prizorišče ugotovil, da ljudje radi prilagajajo svoje mišljenje mišljenju ljudem okoli sebe. S politično propagando se ustvarja javno mnenje, ki izvaja pritisk na ljudi.

Malešič (1997: 34) povzema glavne značilnosti propagande kot naslednje: izvaja se prek komuniciranja (je komunikacijska dejavnost), vpliva na ljudi, izvaja se razumsko, je vnaprej organizirana, dejavnosti so dobro pripravljene, usmerjena je na točno določeno skupino ljudi in ima nek učinek.

2.5.3 Politična propaganda

Vreg politično propagando opredeljuje kot »obliko komuniciranja, s katero komunikatorji ali skupine zavestno, namensko, načrtovano in organizirano oblikujejo propagandne projekte in sporočila, s katerimi oblikujejo in nadzorujejo mnenja in stališča ciljnega občinstva oziroma vplivajo na spremembo njihovih stališč« (2000: 116). Propagandist namensko skuša oblikovati zaznave, stališča, vedenje tistega, komur je propagandno sporočilo namenjeno, skrbi za agitacijo³ v lokalni situaciji ter v pluralni politični družbi, izkorišča dominantnost sistema in monopola množičnih medijev (Vreg 2000: 117).

2.5.4 Oblike in pravila propagandnega delovanja

Razlike pri uporabi politične propagande so pri uporabi oblik in pravil, načinu oblikovanja sporočil ter pri argumentaciji, te razlike pa so odvisne od političnega konteksta, v katerem delujejo (Vreg 2000: 119).

Propaganda želi prodreti do najglobljih slojev človeške psihe, učinkovati na podzavestno strukturo človeka ter postati totalitarna. Propaganda v svoji praksi uporablja ista pravila, vrste in oblike, iste tehnike in sredstva, le prilagaja jih za svoje ideološko politične usmeritve.

³ Propaganda se razlikuje od agitacijskega delovanja. Agitacija je prav tako širjenje idej, političnih, socialnih, ekoloških, mirovnih in drugih programov, da bi spodbudili ljudi, da te ideje sprejmejo, vendar je agitacija v primerjavi s propagadno kratkotrajnejša, neposredna, vezana na konkretno akcijo. Ideje se širi z ustnim ali pisnim prepričevanjem, z govori, plakati in oglasi, pamfleti, zastavami, godbami, raznimi predstavami, po radiu, televiziji, filmu, internetu ali drugih komunikacijskih sredstvih. Agitacija je pogosto oblika delovanja socialnih gibanj in političnih strank.

Glede odnosa do stvarnosti Pečjak (1994: 128, 129) razlikuje tri vrste propagande:

1. Bela propaganda – podatki so resnični, vendar je v kriznih razmerah redka.
2. Črna propaganda – podatki so izmišljeni ali prikrojeni. Ima velik, vendar kratkotrajen učinek, odvisna je tudi od značilnosti in potreb prebivalstva, ki mu je namenjena. Dolgotrajna črna propaganda privede do tega, da ji nihče več ne verjame.
3. Siva propaganda – podatki so resnični, vendar skrbno izbrani glede na javnost in namen, je tako imenovana prilagojena resnica. Neprijetne resnice se zamolčijo, prijetne pa poudarijo, pogosta so pretiravanja.

Propagando delimo tudi na odprto in prikrito. Pri prvi so cilji jasni, pri prikriti propagandi pa cilj ostaja neznan. Prikrita propaganda ima pogosto večji učinek kot odprta, deluje posredno in se je posameznik ne zaveda (Pečjak 1995: 141, 142). Pečjak (1995: 145) ugotavlja, da »neznanosti osebni niha ne nasede«, zato so ponavadi nosilci propagande znane osebnosti, politiki. Skupinska pripadnost je pomemben element, še posebno v kriznih obdobjih, ko ljudje iščejo svojo identiteto in jo najdejo v skupini.

Med propagandna načela spadajo opazljivost, dostopnost, privlačnost, razumljivost in prepričljivost sporočila ter načelo potrebe in nepredvidljivega, med katerimi je načelo potrebe oziroma apel najpomembnejše. Propaganda poslušalcem oziroma bralcem obljublja zadovoljitev njihovih potreb oziroma njihove biološke, materialne, socialne ali psihološke koristi. Za apel je pomembno, da se zdi verjeten, sicer je brez učinka ali pa je njegov vpliv celo negativen (Pečjak 1994: 134). Načelo nepredvidljivega upošteva propaganda, ki pušča prazen prostor za spremembe, če se razmere ali poteze nasprotnika spremenijo.

Za načrtovalce propagandnih kampanj so najpomembnejše propagandne tehnike, ki delujejo na dva načina, in sicer tako, da skušajo očrniti nasprotnika ali olepšati svoje ljudi (Pečjak 1995: 150).

Nagrajeni angleški raziskovalni novinar Phillip Knightley je razpoznal štiri faze v pripravah javnosti na vojno (povzeto po internet 18):

1. Kriza: Poročanje o krizi, ki je ni mogoče uspešno rešiti s pogajanjem. Politiki svarijo pred mogočimi vojaškimi povračilnimi ukrepi. Mediji poročajo o stanju na robu vojne.
2. Demoniziranje sovražnega voditelja: Na primer primerjanje s Hitlerjem, saj že samo njegovo ime priključuje določene predstave.
3. Demoniziranje sovražnika kot posameznika: Na primer izjave, kot so, da je sovražnik nor.
4. Krutosti: Celotno izmišljanje takšnih zgodb, ki spodbudijo čustvene odzive.

2.5.5 Vojna propaganda

Namen vojne propagande je vplivanje na odnos javnosti do vojne, vključuje tako propagando, ki podpira vojno, kot tudi protivojno propagando. Značilnosti te vrste propagande so usmerjanje pozornosti na določene teme, uporaba čustveno nabitega besedišča, uprizarjanje dogodkov in podobno z namenom opravičevanja razlogov za vojno. Ta propaganda je usmerjena bodisi proti sovražniku bodisi na domačo javnost ali prijateljske države (Internet 12).

2.5.6 Množični mediji

Posameznik za odločanje nujno potrebuje ustrezne informacije, do večine le-teh pa ne more priti neposredno, temveč mu jih posredujejo mediji. Informacij, ki jih pridobimo prek medijev, največkrat ni mogoče objektivno preveriti, poleg tega pa ti že s samo izbiro informacij, o katerih poročajo, oblikujejo politični prostor. Velikokrat je slišati, da tisto, kar se ne pojavih v medijih, ne obstaja oziroma se ni zgodilo, velja pa tudi obratno, nekaj kar se v resnici ni zgodilo, mediji lahko predstavijo tako prepričljivo, da tak »nedogodek« povzroči resnične posledice. Tako imajo tisti, ki obvladajo medije, moč spreminjanja dogodkov v nedogodke in obratno, s tem pa vplivajo na vedenje ljudi (povzeto po Bečaj 2001: 3). Mediji so pogosto pod pritiski oblasti, vojske, korporacij, gospodarskih interesov in podobno. Vendar so včasih pripravljeni popustiti tem pritiskom, kar se kaže kot samocenzura.

Poleg tiska in radia ima televizija daleč največje število prejemnikov ter največji vpliv. Televizija je za gledalca »virtualna realnost«, ker mu omogoča, da dogodke doživlja z vidom in sluhom, kot bi bil tam (Pečjak 1994: 143, 145). Poleg propagande je glavna funkcija radia in televizije predajanje vesti in zabava. Oba medija skupaj s časopisi ustvarjata svojo posebno množico gledalcev, poslušalcev in bralcev. V takšnih razmerah se vpliv sugestije poveča, komunikacija je enosmerna, ljudje posnemajo to, kar se jim ponudi, čustva so povečana in sposobnost razumnega presojanja se zmanjša. Pečjak takšni množici pravi medijska javnost, kajti ljudje, ki berejo iste časopise in gledajo iste oddaje, začnejo tudi enako misliti, s tem pa postanejo odvisni od tistih, ki usmerjajo medije, zato še trdi, da »kdor obvlada informacije, ima moč nad ljudmi« (Pečjak 1994: 146). Z razvojem množičnih medijev se javna sfera spreminja v sfero boja za vpliv na medije in nadzor nad njimi; prek vplivanja na selekcijo in način obravnave v medijih si akterji politične moči prizadevajo vplivati na vedenje občinstev, ne da bi občinstva odkrila manipulacijo (Splichal 1997: 39).

Zanašanje množičnih medijev na uradne vire je lahko zavajajoče, saj je popolnoma razumljivo, da se v poročilih in komentarjih novinarji ozirajo na uradne vire, vendarle pa

uradni viri ne bi smeli prevladovati ali preglasiti drugih. Najbolj pogosto se to dogaja v zunanjepolitičnih zadevah, kjer imajo uradni viri tudi visoko stopnjo nadzora nad tokom informacij in lahko zamolčijo ali izkrivijo tisto, kar vedo (Page 1996: 9). Med vzroki za prevlado uradnih virov so med drugim tudi nadzor nad političnimi informacijami, legitimnost in kredibilnost, prikladnost (informacije so na voljo hitro na tiskovnih konferencah) in potreba poročevalcev po vzdrževanju dobrih odnosov z uradniki (Page 1996: 107).

Realnost vojnih konfliktov se televizijskim gledalcem predstavlja zelo segmentirano, omejeno in koncentrirano. Televizija kot vizualni medij lahko prikazuje brutalnosti in grozote vojne na način, kakršen v primeru časnikov in revij ni mogoč, ljudem predstavi vojno bolj jasno in neposredno. Poleg tega je narava televizije kot medija takšna, da je odvisna od senzacij, spektaklov in drame, če želi ohraniti svoje gledalce (Jakopič 2004: 25, 26).

3. ODNOSI MED MEDIJI, OBLASTJO IN JAVNOSTJO

Oblast uporablja in izrablja medije za svoje politične interese. Dandanes se zdi nemogoče, da bi nekdo vztrajal na oblasti brez pomoči medijev. Na drugi strani je treba za razumevanje medijev analizirati tudi njihovo lastništvo, saj lastniki medijev uporabljajo medije za širjenje in promocijo političnih ciljev in izkoriščajo politiko za doseg ciljev korporacij. Tako z odgovorom na vprašanje, kdo ima v rokah medije, ugotovimo tudi, kdo ima moč (B. Hrvatin, J. Kučić, Petković 2004: 10). Medijsko pokrivanje vojne ter način, kako se odvija, je eden glavnih virov (če ne edini) informacij za državljane o vojaških akcijah lastne države. Poročila novinarjev, ki so na kraju dogajanja, nudijo tako informacije kot tudi interpretacije vojaških dogodkov (Jeffords, Rabinowitz 1994: 9).

3.1 Lastništvo medijev

V nasprotju z večino drugih držav so skoraj vsi mediji v ZDA v zasebnih rokah. Medtem ko so nekatere televizijske postaje in časopisi (še posebno manjši) še vedno v rokah lokalnih oblasti, družine ali skupine posameznikov, je večina velikih postaj in časopisov v rokah velikih medijskih korporacij. Bennet (Ferfila 2002: 292) opozarja na zanimivo razklanost informacijskih tokov, gre za to, da se raznolikost medijskih virov v ZDA povečuje (bolj specializirani časopisi, revije, televizijski kanali), viri novic in informacij pa se vse bolj krčijo.

3.2 Odnos mediji – javnost

Ameriški državljani lahko informacije o vojaških aktivnostih svoje države pridobivajo na tri načine. Prva pot je prek vlade, njenih sporočil o začetku vojne, vojaških akcijah, premikih vojaških enot, žrtvah in bitkah. Drug način je vojaška organizacija sama, tako prek ministrstev in služb kot tudi prek manj uradnih kanalov, kot so na primer vojaki in njihove družine. Tako vlada kot vojska skrbita za to, da ne bi razkrili kaj takšnega, kar bi utegnilo škodovati njeni javni podobi, aktivnostim in statusu. Tretja pot pridobivanja informacij pa je prek opazovalcev in novinarjev, neodvisnih od vlade ali vojaške organizacije (Jeffords, Rabinowitz 1994: 9, 10).

Politolog Bennett (Bennett, Paletz 1994: 30) opozarja, da je za razumevanje odnosa med mediji in javnostjo pomembno razumevanje dejstva, da so med novinarskimi organizacijami in javnostjo neodvisne vezi, ki vplivajo na razvoj novic in poročil.

3.3 Odnos mediji – oblast

Med uradniki in novinarji obstaja dvosmerni odnos izmenjave, vendar včasih pripadniki medijev hote ali nehot postanejo orodje uradništva, čigar vpliv naj bi uravnotežili. Odvisnost ameriških medijev od uradnih virov je še posebej očitna pri ameriških vojaških posredovanjih v tujini. Obrambno ministrstvo se zaveda, da bi nenadzorovan tok informacij lahko pomagal sovražniku ali spodkopal javno podporo, zato zelo pazljivo ureja dostop novinarjev do bojišč in skrbno pregleduje informacije, ki gredo množičnim medijem (Ferfila 2002: 297). V kriznih mednarodnih razmerah pa opiranje na vladne vire lahko pomeni, da ameriški mediji propagirajo vladna stališča, ki so napačna in zavajajoča, vlada pa v javnost pogosto pošlje tako imenovane zaupne informacije s točno določenim namenom (Ferfila 2002: 304).

Des Freedman (2004: 63) trdi, da imajo med vojno politika in mediji nasprotne interese. Politika se ukvarja predvsem z vprašanjem, kako omejiti dostop do informacij, mediji pa se posvečajo odkrivanju in širjenju le-teh. Prikrivanje informacij, ki bi lahko pomagale sovražniku, ustvarjanje propagande za pridobivanje odobritve in ohranjanje podpore za vojno ter vsiljevanje smernic medijem, kako naj pokrivajo vojno, so že ustaljene značilnosti vojaškega spopada. Množični mediji v medijskem pokrivanju vojne ne delujejo ločeno od vlade ali vojske. Pogosto poleg lastnih poročil reproducirajo ali interpretirajo vojaška ali vladna poročila o vojni, vlada in vojska pa lahko cenzurirata medijska poročila ali skušata preoblikovati povedano (Jeffords, Rabinowitz 1994: 11).

4. ZALIVSKA VOJNA LETA 1991

Vojna med Irakom in koalicijo držav OZN pod vodstvom Združenih držav Amerike je trajala od 17. januarja do 28. februarja 1991, ko se je končala z zmago koalicijskih sil. Ozadje vojne je dokaj kompleksno, saj je treba upoštevati zgodovinske dogodke in odnose. Naj omenim nekaj najpomembnejših.

ZDA so z Irakom gojile prijateljske odnose in ga tudi finančno podprle v osemdesetih letih prejšnjega stoletja med iransko-iraško vojno, ko se je Zahodni svet bal vzpona radikalnega islamizma v Iranu. Kljub pomoči nekaterih zahodnih držav je bil Irak po koncu vojne močno zadolžen (iraški dolg je znašal 70 milijard dolarjev), med drugim je denar dolgoval tudi Kuvajtu. Irak je bil bolj ali manj odvisen od izvoza nafte, zato je želel ceno nafte zvišati, ravno nasprotno pa je Kuvajt s povečevanjem kvote črpanja nafte njeno ceno zniževal. Zaradi domnevnih koristi od iransko-iraške vojne, ki sta jih imela tako Kuvajt kot Savdska Arabija, je Irak zahteval odpis dolgov ali vsaj pogajanja o le-teh. Pogajanja med Irakom in Kuvajtom so bila neuspešna, zato je konec julija leta 1990 Irak na meji s Kuvajtom namestil vojsko, 2. avgusta 1990 pa so iraške sile vdrle v Kuvajt.

Na iraško invazijo se je nemudoma odzvala Organizacija združenih narodov, ki je napad obsodila, zahtevala umik iraške vojske, proti Iraku pa uvedla gospodarske sankcije. Konec novembra 1990 je Varnostni svet ZN sprejel resolucijo, s katero je Iraku postavil rok za umik iz Kuvajta do 15. januarja 1991. Irak je med avgustom 1990 in februarjem 1991 ponudil nekaj rešitev, ki pa so bile nesprejemljive, zato do umika iraških sil ni prišlo in 16. januarja so koalicijske sile pod vodstvom ZDA napadle Irak.

Invazija Iraka na Kuvajt je zagotovo pomenila kršitev mednarodnih zakonov, poleg tega so bili kot opravičila za vojno ponujeni tudi naslednji argumenti. Ameriška vlada je zatrjevala, da je Irak na meji s Savdsko Arabijo zbiral vojsko in jo nameraval napasti, poleg tega so v ameriški javnosti veliko pozornosti zbudile zgodbe o krutostih iraških vojakov, kar je potrjevalo trditve vlade, da je Sadam Husein nevaren diktator. Z omenjenimi argumenti in premišljeno propagandno kampanjo je ameriška vlada prepričala domačo javnost, kar se je pokazalo v visoki podpori javnosti operacijama Puščavski vihar in Puščavski ščit.

4.1 Ideologija in namen propagandne kampanje v prvi zalivski vojni

Eden glavnih ciljev propagande je doseči sprejemanje ideologije propagandista. Prevladujoča ideologija ZDA temelji na ideji participatorne demokratične politične strukture in svobodne kapitalistične ekonomske strukture. Ključni ideološki termin je *svoboda*. Tako je bil

dominantni ideološki pristop, ki je vodil vso propagando, usmerjen na Iračane in zaveznike, takšen, da imajo ZDA opraviti s sovražnikom, ki ni priznaval osnovnih demokratičnih pravic svojim državljanom in tistim, ki jih je podjarmil. V prvi zalivski vojni so ZDA trdile, da je totalitarni, diktatorski režim napadel in skušal uničiti »svobodno izvoljeni, demokratični« kuvajtski narod (Jowett, O Donnell 1999: 312, 313). Primeri ideološke propagande ZDA (Jowett, O Donnell 1999: 314, 315) so neposredno pozivanje iraškega naroda, naj ovrže tiranskega voditelja in vzpostavi demokracijo, ter poudarjanje, da ne gre za boj z narodom, temveč s Sadamom Huseinom. Kršenje mednarodnega reda z invazijo in okupacijo Kuvajta je nedvoumno, vendar trditev, da je bil pravi namen zalivske vojne zaščita načel mednarodnega reda, mednarodnega prava in Ustanovne listine ZN, ni popolnoma resnična. Frank (Mowlana, Gerbner, Schiller 1992: 5, 6) kot prave razloge za vojno navaja rast cen nafte, ameriško recesijo in njene politične posledice ter upadanje priljubljenosti predsednika.

V primeru prve zalivske vojne je zunanja politika bila boj na dveh frontah, na eni je potekalo uravnoteženje vojaških in diplomatskih ocen, na drugi pa prefinjeno upravljanje stikov z javnostjo in poročanja. Novice so do neke mere postale del zgodbe o zalivski vojni, v luči tega, katere politične informacije so novinarji poročali in kakšne vrste informacij bi lahko bile in bi morale biti posredovane javnosti (Bennett, Paletz 1994: 17). V nasprotju z Vietnamom je prevladovalo mnenje, da mora imeti vojska jasno zastavljene cilje in za dosego le-teh na razpolago in možnost uporabe vseh sredstev. Med pripravami na vojno je Ameriška oblast nenehno poudarjala, da »to ne bo še en Vietnam«.⁴ Skozi celotno vojno se je postavljalo vprašanje ciljev, ki so si jih zavezniki prizadevali doseči. Med vojno so bile ZDA večkrat obtožene, da imajo prikrite namene, kot na primer uničenje vojaških zmogljivosti Iraka, odstranitev Sadama Huseina z oblasti, vzpostavitev ameriške prevlade v regiji in celo poskus nadzora svetovnih naftnih zalog (Taylor 1992: 27).

Prva zalivska vojna se je odvijala na za novinarje neprijaznem terenu, v klimatskih ekstremih in na območju, kjer je bilo zelo malo ali sploh nobene infrastrukture. Vse te značilnosti so bile v prid vojski, ki je tako lahko kar najbolj zmanjšala neodvisno medijsko poročanje. Vojna se je vodila brez nabornikov, glavne koalicijske sile so tvorili pripadniki nacionalne garde in

⁴ Vietnamska vojna je bila prva vojna, ki je prek televizijskih aparatov dosegla desetine milijonov Američanov. Realnost vojne je bila tako grozljiva in vplivna, da naj bi bila eden izmed razlogov za poraz Američanov v vojni (Jeffords, Rabinowitz 1994: 33).

rezervisti, zaradi česar je bila skrb javnosti glede števila žrtev omejena, pa tudi nesoglasja na bojišču so bila manjša (Young, Jesser 1997: 159).

4.2 Medijsko pokrivanje Iraka pred letom 1990

V raziskavah javnega mnenja o odnosu Američanov do voditeljev na Bližnjem vzhodu, opravljenih v osemdesetih letih, se Sadam Husein sploh ni pojavil na seznamu svetovnih zlobnežev, o katerih so državljani razsojali. To kaže, da niti mediji niti javnost v tistem času niso zaznavali Iraka kot neposredno ogrožujočega (Bennett, Paletz 1994: 44), čeprav je bilo v ameriški zunanji politiki kar nekaj situacij, v katere sta bila vpletena Sadam Husein ali Irak. Poročanje o tem je bilo minimalno, kar je posledično vplivalo na to, da ob invaziji Iraka na Kuvajt leta 1990 javnost o tej temi ni imela izoblikovanega mnenja (Bennett, Paletz 1994: 31). Da bi zapolnili to praznino in usmerili razpravo, je politično vodstvo obudilo spomin na Hitlerja in Vietnam (Bennett, Paletz 1994: 43).

4.3 Priprave na vojno

Po invaziji Iraka na Kuvajt je bil prvi korak na poti k legitimiziranju ameriških ukrepov izjava predsednika Busha st., da so bile ZDA povabljene k branjenju Savdske Arabije pred invazijo. Ta izjava se je hitro razširila prek informacijskih kanalov Pentagona in Bele hiše. Vendar kot pravi Woodward (Young, Jesser 1997: 164), »takšna nevarnost nikoli ni obstajala. Domneva o možnem premiku Iračanov v Savdsko Arabijo je bila le propaganda«. Pravi še, da je bil namen zaveznikov strmoglavljenje Sadama Huseina. Preobrazba javnega cilja iz »branjenja Savdske Arabije« v »osvoboditev Kuvajta« je bila skladna z vzpostavitvijo ameriških sil na vnaprej določeno raven, sposobno ofenzivnih dejanj. Ob koncu januarja, ko je Irak zavrnil zahtevo Združenih narodov po umiku, so se cilji znova spremenili. Predsednik Bush st. je zatrdil, da se je končni cilj izoblikoval: ovreči režim in ujeti Sadama Huseina. Vendar razširjenih ciljev niso nikoli uradno objavili. Spremembe so bile postopne in so bile javnosti posredovane prek medijev (Young, Jesser 1997: 168). Predsednik je ponavljal, da za agresijo ne sme biti nagrade, da ne bo nobenih pogajanj, saj se o bistvenih načelih ni mogoče pogajati (Chomsky v Mowlana 1992: 59).

4.4 Demoniziranje Sadama Huseina

Kot pravita Young in Jesser (1997: 169), je izkoriščanje medijev za demoniziranje sovražnega voditelja pogosta strategija, ki se uporablja kot predhodnik omejenih spopadov. Zaradi odsotnosti neposredne grožnje domači javnosti in opravičevanja konflikta kot moralnega

dejanja osvoboditve, se mora splošno ogorčenje usmeriti na voditelja sovražne države. Primer takšnega ravnanja je bil že spopad v Panami, predvsem pa v zalivski vojni leta 1991, saj se je skoraj čez noč Sadam Husein spremenil iz prijatelja ZDA v brutalnega in tiranskega diktatorja. Označili so ga kot »agresorja in tirana, ki na oltarju svojih ambicij preliva kri svojega ljudstva« (Young, Jesser 1997: 169). Američani so v dokazih, ki so jih predložili Komisiji za človekove pravice Združenih narodov, trdili, da je Sadam Husein krut mučitelj, poleg tega pa je:

./.../ prevzel oblast z atentatom, jo obdržal z umori, kriv za stotine mrtvih v agresiji na Irak, zastrupljal in zatiral Kurde, zatiral Kuvajt ./.../ zatiral lastno ljudstvo z mučenjem, usmrčitvami in odrekanjem pravic in temeljnih svoboščin ./.../ in sedaj ./.../ prinašal lastnemu ljudstvu teror in tragedijo vojne z nepravilno invazijo in okupacijo Kuvajta (Young, Jesser 1997: 170). Te besede so povzemali svetovni mediji.

4. 5 Pridobivanje javnega mnenja in legitimnosti

Po demoniziranju Sadama Huseina so se ZDA usmerile v iskanje mednarodne legitimnosti za svoja dejanja. Stopnja podpore je bila odvisna od mednarodnega javnega mnenja, na njegovo oblikovanje pa so vplivali domači mediji. Po mnenju Younga in Jesserja so obsežne informacije in članki, ki jih je medijem v koalicijskih državah priskrbela Ameriška informacijska služba (USIS, United States Information Service), neposredno vplivali na značaj medijskega poročanja (1997: 171). Posledica tega naj bi bila resolucija Varnostnega sveta ZN, ki je pozivala Irak k umiku iz Kuvajta do 15. januarja 1991. Po izteku roka za umik je resolucija dovoljevala državam članicam uporabo vseh sredstev za podporo in izvrševanje resolucije varnostnega sveta 666 (1990) in poznejših pomembnih resolucij za obnovitev miru in varnosti v regiji. Po doseženem mandatu ZN in ustanovitvi koalicije so se vsi uradni mediji v ZDA osredotočili na ameriško vodenje vojne.

Na medijsko pokrivanje vojne so si prizadevali vplivati tudi v Savdski Arabiji. S tem namenom je skupina za Osvoboditev Kuvajta (*Free Kuwait*) v Ameriki najela družbo za javne odnose Hill in Knowlton. Namen njihove kampanje je bilo zagotavljanje zadostne javne podpore za Puščavski ščit in poznejši Puščavski vihar. Organizirali so tiskovne konference, kjer so prikazovali iraško mučenje in druge zlorabe, shode na univerzah, razdeljevanje nekaj deset tisoč majic z napisi Osvobodite Kuvajt ipd. Družba Hill in Knowlton je sestavila posebne programe za vladne uradnike, poslovneže in po razlitju nafte tudi za okoljevarstvenike (Young, Jesser 1997: 172).

V prvi zalivski vojni je bilo na obeh straneh porabljenih na milijone dolarjev za propagando, usmerjeno na pridobivanje javne podpore in mednarodne legitimnosti, od tega je bila večina naporov usmerjena na medije (Young, Jesser 1997: 173).

4.6 Delovanje medijev med vojno

Kot pravi Taylor (1992: 31), je zalivska vojna izbruhnila na televiziji v ZDA v sredo, 16. januarja 1991, med glavnimi večernimi poročili. Kot prva je o začetku vojne poročala televizijska mreža ABC ob 18.30 v večernem programu World News Tonight, ko se je v živo iz Bagdada oglasil njihov poročevalec in poročal o najnovejšem razvoju krize. Nekaj čez 19.00 so v Beli hiši objavili, da se je »osvoboditev Kuvajta začela« (Taylor 1992: 32). Čez slabi dve uri je ameriško ljudstvo in širši svet nagovoril še predsednik. V Združenih državah Amerike naj bi si njegov nagovor ogledalo približno 160 milijonov gledalcev, kar je takrat pomenilo najbolj gledani dogodek v zgodovini ameriške televizije.

Izbruhu vojne je v Ameriki in Veliki Britaniji sledilo 24-urno poročanje. Kot pravi Taylor (1992: 34), so ameriške televizijske mreže celo ustavile predvajanje oglasov. Naslednji dan in noč so se na televizijah pojavljale vrste takšnih in drugačnih strokovnjakov, ki so zapolnjevali čas v poročanju tega zgodovinskega dogodka, še posebej po tem, ko so se začeli pojavljati video posnetki, na katerih so lahko občudovali natančnost zračnih napadov (Taylor 1992: 34). Kmalu se je pokazalo, da so bila ta razglabljanja v resnici le nadomestila za informacije o tem, kaj se je resnično dogajalo.

Kot vodilna sila v koaliciji so bile ZDA še posebno odločene, da zagotovijo, da se bo njihova »informacijska politika« vodila ravno tako uspešno kot politično, diplomatsko in vojaško upravljanje vojne. To je pomenilo, da so teme preproste, lahko razumljive, vnaprej prilagojene in javno objavljene (Taylor 1992: 35). Javna podpora vladi je dostikrat odvisna od vojaških uspehov oziroma porazov, zato vladni predstavniki pogosto nudijo najbolj ugodno razlago vojaških dogodkov. Primer takšnega ravnanja je bil tudi med zalivsko vojno leta 1991, ko so v prvih poročilih o vojni močno pretiravali z informacijami o bombah, ki so zadele cilje⁵ (Jeffords, Rabinowitz 1994: 9). Problem je bil v tem, da je bila koalicijska politika že od prvega dne takšna, da so dovolili javno predvajanje spektakularnih, vendar izbranih posnetkov.

Raziskave javnega mnenja v ZDA in Veliki Britaniji so po prvem tednu vojne razkrile ogromno podporo vojni. Ker je bilo splošno vzdušje v ZDA domoljubno, je bila protivojnim

⁵ Izkazalo se je namreč, da so slavne natančne lasersko vodene bombe zgrešile cilje v 40 odstotkih primerov.

demonstracijam, ki so izbruhnile v prvem koncu tedna po vsem svetu in so se nadaljevale skozi ves čas vojne, namenjena pičla medijska pozornost v primerjavi z izdatnim pretežno video poročanjem o koalicijskem programu.

Izkušnje iz Vietnama so bile prevladujoče in z vidika vojske so mediji predstavljali nevarnost, saj so predvidevali, da bi dolgotrajna vojna na televiziji hitro postala nevzdržna. Vojna, ki bi se odvijala na televiziji, naj bi po mnenju generala Collina Powella prinašala v domove dogajanje, smrt, posledice in čustva bolj slikovito kot med vietnamsko vojno. Kamere bi posnele vsak korak, to pa bi znatno zapletlo vojaške naloge. Zaradi tega je bilo odločeno, da bo svetovna javnost videla le zelo omejen prikaz vojne (Young, Jesser 1997: 175).

4.6.1 Sistem poolov in vojaška cenzura

Z izgradnjo sistema poolov je vojaška administracija omejila število novinarjev na fronti, s tem pa zagotovila nadzor nad medijskim poročanjem. Približno 190 novinarjev iz različnih agencij, televizijskih postaj in časopisov so razdelili v skupine in dodelili različnim vojaškim enotam. Teoretično naj bi tak način omogočil dostop do informacij vsem postajam in časopisom in ščitil novinarje. V praksi se je sistem izkazal bolj kot učinkovit način nadzora nad novinarskim delom. Tudi mednarodna novinarska zveza je protestirala proti takšnemu sistemu, češ da zaustavlja pomembne informacije, favorizira britanske in ameriške novinarje ter krši načela novinarske svobode (Ottosen 1992: 138, 139).

Obstajali so trije deli sistema koalicijskih sil za posredovanje informacij medijem, navzočim v Savdski Arabiji: Združeni informacijski urad (The Joint Information Bureau) v Dhahranu, dnevne tiskovne konference v Rijadu in sistem poolov za novinarje, ki so bili pridruženi oboroženim silam na fronti. Novinarje so združili v poole oziroma medijske poročevalne skupine (MRT-je). Začetni sistem je odpovedal, ko se je dogajanje v Zalivu stopnjevalo in s prihodom vse večjega števila novinarjev. Posledično so ustanovili nove poole, vendar je bilo vanje dodeljenih le 131 poročevalcev. Preostanek se je zanašal na tisto, kar so ustvarili v poolih in kar so dobili od vojske. Novinarji, ki so bili zunaj poolov, so se srečevali s strogimi varnostnimi omejitvami in omejitvami gibanja (Young, Jesser 1997: 176).

Sistem naj bi deloval tako, da bi ob vojaških enotah na fronti novinarji oblikovali medijske poročevalne skupine. Ameriške novinarje naj bi nadzorovali cenzorji iz Urada za javne zadeve. V poolih je bilo 200 mest za približno 1500 novinarjev (le za ameriške, britanske in francoske novinarje), ki so se zgrnili v pokrajino. Pooli so bili sestavljeni iz poročevalcev vseh medijev, katerih poročila so postala prosto dostopna vsem tiskovnim agencijam.

Sedmega januarja 1991, sočasno s prihodom prvega poola, so bile postavljene smernice za medije, ki so določale dvanajst kategorij informacij, o katerih se ni poročalo, kot so število čet, sistemi oborožitve, podrobnosti prihodnjih operacij, obveščevalne informacije, razvrstitve čet in njihove lokacije in učinkovitost sovražnika. Prav tako so prepovedovale informacije o zračnih aktivnostih, aktivnostih specialnih sil, taktiki, reševalnih sistemih in morebitnih izgubah. Teden dni pozneje so te smernice izpodrinile dodatne usmeritve o načinu zbiranja informacij. Te so določale, da se vsi intervjuji izvedejo ob navzočnosti vojaškega spremstva in da mora biti ves material pred prenosom varnostno preverjen (Young, Jesser 1997: 176). S podpisom usmeritev so se novinarji zavezali, da bodo svoja poročila predložili v oceno, kjer so odločili, ali vsebujejo občutljive informacije (Taylor 1992: 52). Vojska je poročevalcem prepovedala tudi vožnjo lastnih vozil in uporabo prenosnih telefonov ali drugih neodvisnih sredstev za prenos. Kadar so poročevalci prosili za uporabo savdskega telefonskega sistema, so jih zavrnilo zaradi grožnje terorizma. Poleg tega so se novinarji pritoževali nad vrsto drugih težav, na katere so naleteli, od zapor na cestah, zaostankov v pošiljanju prispevkov, insceniranih intervjujev ter neizkušenega in celo sovražnega spremstva, kljub temu da so imele enote ustrezno spremstvo in vnaprejšnje dovoljenje. Novinarji, ki so postavljali neprimerna vprašanja, so bili pogosto izločeni iz tiskovnih konferenc. Najpogosteje so se pritoževali nad tem, da so jim odrekli dostop do zavezniških žrtev in verskih obredov ter omejevali dostop do poolov. Bolj zahrbtnen način cenzure so dosegli s tem, ko so dovolili vladi Savdske Arabije nadzor nad izdajanjem vizumov medijem. Prvotna politika Savdske Arabije je bila takšna, da so izdali le en vizum vsaki posamezni organizaciji, vendar se je pozneje po posredovanju Washingtona to spremenilo (Young, Jesser 1997: 180).

Popolna izključenost medijev, kot je bil primer v Panami in Grenadi, v Iraku ni bila mogoča, zato so medije omejili, pri tem pa kar najbolj izkoristili težaven teren in zaradi tega odvisnost medijev od vojske v komunikacijah in premikih, kar je bila tudi največja ovira pravočasnemu in natančnemu poročanju. Novinarji na terenu in v Washingtonu so se pritoževali, da je vojska postala neke vrste urednik, saj so odločali o tem, kaj bodo novinarji lahko in česa ne bodo videli (Young, Jesser 1997: 178).

Vojska je tudi sama sebi postavila stroge omejitve. Medije so videli kot pomembno orodje, ki se koristijo s posredovanjem diplomatskih sporočil. To potrjuje tudi podatek, da je takratni minister za obrambo Dick Cheney odpustil poveljnika zračnih sil, ker je govoril z novinarji ob nepravem času in priznal, da so bili Sadam Husein in njegova družina tarča napadov. V

uradnem pojasnilu pa so zapisali, da so poveljnika odslovili zaradi možnega razkritja zaupnih informacij, odobravanja umora in razpravljanja o operacijskih načrtih.

Cenzura pravzaprav ni bila niti potrebna, kajti mediji niso imeli dostopa do bojišč. Nikomur razen vojske ni bilo dovoljeno snemati ali opazovati uničenja, ki ga je povzročil bombnik B-52, ali po mnenju nekaterih nepotrebno napadanje iraških sil, ko so se umikale iz Kuvajta. Nihče ni bil priča velikim tankovskim bitkam in žrtvam in nihče ni poročal o njih. Z vidika medijev je bila vojna praktično spremenjena v video igrico, v kateri se nikoli ni videlo krvavih končnih rezultatov porazov. Šlo je za novo, pasivno obliko cenzure in manipulacije, ki je ogrožala dolžnost medijev, da obveščajo, in pravico javnosti, da ve (Young, Jesser 1997: 182).

Ameriška cenzura med vojno ni le omejila tistega, kar so ameriški gledalci izvedeli in videli, temveč je spremenila pomen »realnosti« (ali »nerelanosti«) vojne same. Vojaška cenzura je bila osredotočena na prikrivanje števila mrtvih, tako Američanov kot Iračanov, še posebej pa niso hoteli, da bi se razvedelo o številu mrtvih iraških vojakov in civilistov. Takšna cenzura namreč vpliva na dojetje javnosti vojne kot bolj ali manj resnične (Jeffords, Rabinowitz 1994: 285). Kot pravi Norris (Jeffords, Rabinowitz 1994: 287), so bili novinarji med vojno preveč zaposleni z lastnim zatiranjem, da bi se ukvarjali s številom ubitih Iračanov, njihovim pokopom v neoznačene grobove in s tem posledično kršenjem Ženevskih konvencij.

4.6.2 Neodvisni poročevalci, t. i. unilateralci

Nekateri novinarji, tako imenovani unilateralci, so se odločili, da se ne bodo vključili v poole, in bodo po svoje raziskovali in poročali o tem, kar bodo odkrili. Živeli in delali so v težkih razmerah, se posluževali raznih zvijač, med drugim so se preoblačili v vojake. Vse to kaže, kako pomembno jim je bilo, da se izognejo uradnemu nadzoru. Novinarji, ki so delovali na svoje, so zelo pogosto naleteli na enote ob fronti, ki so jim nudile vse sodelovanje, še posebej neameriške enote. Zunaj Savdske Arabije je pogosto veljalo, da so poročila unilateralcev zagotavljala najbolj objektivno pokrivanje vojne, z redkimi vpogledi v človeško stran dogajanja – strah, dolgčas, zmeda, ki so bili v nasprotju z uradno smerjo.

Čeprav je bil namen unilateralcev ustvariti jasnejšo in natančnejšo sliko dogajanja, so njihova poročila včasih povzročila le še večjo zmedo, saj se niso ujemala s poročili uradne strani. Za gledalce in bralce pa je bilo tako še težje ugotoviti, kaj točno se je dogajalo (Taylor 1992: 60, 61, 62).

4.6.3 Tiskovne konference v Rijadu

Novinarji v Rijadu, ki niso bili vključeni v poole, so bili popolnoma odvisni od vrste dnevnih tiskovnih konferenc, ki so jih v hotelu Hyatt zanje organizirale ameriške, britanske in savdske vojaške oblasti. Sistem tiskovnih konferenc je deloval dokaj brez pretresov, vendar so na poročevalce kmalu začele leteti enake kritike kot na tiste iz poolov, da so se podredili uradni verziji, da so pripravljene nekritično sprejemati uradne izjave, da ne postavljajo pravih vprašanj in da jih vlečejo za nos (Taylor 1992: 64).

Tiskovne konference so se izkazale za zelo priljubljene med občinstvom doma, saj so imeli ljudje občutek, da dobivajo informacije iz prve roke. Vendar Young in Jesser trdita, da so bile tako zrežirane, da niso novinarjem dopuščale praktično nobenega raziskovanja ali analize, poleg tega so spodkopavale verodostojnost medijev. Kot je pisalo v časniku Newsweek: »Pripravili so izbor najbolj uspešnih misij. Poročevalcem niso pokazali posnetkov bomb ali raket, ki so zgrešile cilj. In nihče, razen iraških žrtev, ni bil priča silnemu napadu bombnikov B-52 na čete, ki so se skrivale v bunkerjih. Bombniki B-52 so napadli cilje, ki so bili zunaj dosega televizijskih kamer.« (Young, Jesser 1997: 179)

V Rijadu in Dhahranu so torej zavezniki razvili »visoko razvit sistem upravljanja informacij« (Taylor 1992: 64), ki je temeljil na številnih tiskovnih konferencah skozi dan, vrh pa so dosegli z ameriško tiskovno konferenco v času za ameriške in evropske časopise in televizijo. Taylor meni (1992: 65), da je bilo dejansko veliko novinarjev, ki so prevzeli enostransko perspektivo, ki jim je bila ponujena. Novinarje so pogosto bombardirali s statističnimi podatki, slepili so jih z znanostjo in žargonom, tako da so imeli občutek, da jim je veliko zaupano, ko jim je bilo dejansko zelo malo.

4.6.4 Televizija

Televizija je imela med vojno močan vpliv na oblikovanje javnega mnenja in nacionalne identitete. Vietnamsko in zalivsko vojno razumemo za prvi »televizijski vojni«, vendar je med vietnamsko vojno trajalo nekaj dni ali vsaj ur, da so novice dosegle gledalce v ZDA, med zalivsko pa so bile podobe posredovane takoj. Televizija je bila za večino državljanov glavno sredstvo pridobivanja informacij o vojaških operacijah in njihovem napredovanju. Bolj kot katerikoli drugi medij množičnega obveščanja je televizija prevzela ključno vlogo v oblikovanju odzivov na vojno in ustvarjanju javne definicije modernega vojskovanja (Jeffords, Rabinowitz 1994: 78).

Schiller (1992: 23) pravi, da ameriška vlada v šestih tednih vojne vloge nadzora toka informacij ne bi mogla opraviti bolje. Poleg tega, kar je bilo objavljeno, je prav tako pomembno tisto, česar niso objavili, tako so na primer januarski mirovni shod v Washingtonu le bežno omenili, televizijska postaja CBS je prikazala štirisekundni posnetek. Poleg protivojnih protestov v ZDA so ameriški mediji popolnoma »spregledali« proteste v tujih državah, npr. na Japonskem, Španiji, Severni Afriki, s tem pa onemogočili domači javnosti, da bi imela občutek, koliko ljudi nasprotuje ameriški politiki v Iraku.

Televizijska mreža CNN je z nepretrganim poročanjem v živo postala legendarna. Skoraj čez noč je postala mednarodni vir informacij. Ob tem se je porodilo vprašanje resnosti dejstva, da je en ameriški televizijski program postal globalni vir informacij, s tem pa posledično njegova moč oblikovanja in vplivanja na javno mnenje (Schiller 1992: 28). Corcoran (Mowlana, Gerbner, Schiller 1992: 108) pravi, da CNN v ZDA po ocenah doseže 20 milijonov gospodinjestev, v Evropi pa naj bi ga spremljalo sedem milijonov ljudi. Posledično je vloga CNN-a v zalivski vojni pomembna tako zaradi neposrednega poročanja z bojišč kot tudi zaradi vpliva na druge medije.

4.6.5 Jezik

V ZDA je nacionalna medijska preža Fairness and Accuracy in Reporting (Nepriustranost in točnost poročanja) nenehno odkrivala primere, ko so novinarji (hote ali nehote) postali govorniki za vojsko; od »odličnosti« ameriških lasersko vodenih bomb (ABC) do tega, kako je bilo začetno bombardiranje Iraka »čudo« (CBS), do »dveh dnevov popolnih napadov« (CBS). Vendar ni bila vse stvar terminologije, revija Time je na primer opredelila obrobno škodo kot »izraz, ki pomeni mrtve ali ranjene civiliste, ki bi si morali izbrati varnejšo soseščino« (Taylor 1992: 45).

Vojna se je po spektakularnem začetku presenetljivo dobro odvijala za koalicijske sile. V začetnih zračnih napadih se je izkazala visoka natančnost zadevanja strateških ciljev, o čemer so pričali tudi poročevalci v Bagdadu. Kljub temu so se pojavile pretirane ugotovitve. CNN je na primer poročal, da so po prvi noči napadov republikansko gardo zdesetkali, ko je na tiskovni konferenci v Pentagonu nek uradnik napačno izbral besedo, ki je pomenila uničenje enega od desetih. Prihajalo je do nesporazumov, ko so mediji napačno interpretirali besede vojske. Besede kot na primer učinkovit oziroma uspešen niso nujno pomenile, da je bil nek cilj uničen; fraze kot na primer stranska, obrobna izguba so usmerjale pozornost proč od tistega, kar se je dejansko dogajalo po tem, ko so bombe eksplodirale. Intervjuji s piloti, »novimi vitezi herojskega bojevanja«, ki so se vračali, pa so le še dodajali k splošnemu

razburjenju in so dajali vojni človeški obraz, obraz koalicije (Taylor 1992: 43). Ko je general Powell oznanil, da je bilo po prvem dnevu 80 odstotkov misij, ki so poletele do tistega trenutka, uspešnih, ni s tem mislil, da je 80 odstotkov bomb zadelo cilj, ampak da se je le 20 odstotkov misij vrnilo zaradi tehničnih, vremenskih ali drugih razlogov. Dejstvo, da ni omenil zgrešenih ciljev, je le prispevalo k vsesplošnemu vtisu silne natančnosti bombardiranja.

4.6.6 Prikazovanje žrtev na televiziji

Medtem ko niti vojska niti javnost nista želeli, da bi bile žrtve prikazane na televiziji, je Sadam Husein računal ravno na to, da bodo posnetki civilnih žrtev povzročili pomisleke v javnem mnenju na Zahodu. To kaže, da sta se obe strani zavedali pomembnosti propagande v zalivski vojni (Taylor 1992: 29). Pentagon je novinarjem v celoti prepovedal dostop do zračne baze v Doverju v času, ko so pripeljali trupla ubitih v vojni, z utemeljitvijo, da ščitijo zasebnost družin žrtev (Jeffords, Rabinowitz 1994: 41). Na splošno se je zdelo, da se odvija zelo »čista« vojna, na televiziji so prikazovali vojno kot takšno, v kateri se uničujejo cilji, ne pa ljudje. Prva zalivska vojna se je vodila predvsem z zračnimi silami in topništvom, novinarji pa skoraj niso imeli dostopa do bojišč in krajev, kjer so ljudje umirali (Jeffords, Rabinowitz 1994: 55).

Tudi po koncu vojne se ocene o številu žrtev precej razlikujejo: ameriške vojaške in obveščevalne ocene so bile med 100 tisoč in 250 tisoč med Iračani – predvsem vojaki, francoski obveščevalni podatki so govorili o 200 tisoč mrtvih, organizacija Greenpeace je poročala o najmanj 150 tisoč žrtvah – od tega do 15 tisoč civilistov, Muslimanski inštitut pa o največ 500 tisoč žrtvah in ranjenih samo med civilisti.

4.6.7 Razkritje resnice

Šele nekaj let po končani zalivski vojni je prišlo na dan, koliko so bili mediji zaslepljeni. Izkazalo se je namreč, da je bila ocena Pentagona o sovražnikovi sili, ki so jo takrat ocenili na 540 tisoč, pretirana in da so po vsej verjetnosti iraške sile štejele manj kot 300 tisoč pripadnikov (Young, Jesser 1997: 184). Področje, na katerem se popravljene ocene drastično razlikujejo, je učinkovitost vojaške opreme, še posebej protiraketnega sistema Patriot. V času konflikta je Pentagon zatrjeval, da je bilo izmed 47 spopadov z uporabo sistema Patriot 45 uspešnih, smrtnost pa 96-odstotna. Do aprila 1993 je bila ocena popravljena na verjetno 52-odstotno uspešnost.

Tako kot v primeru Paname, Grenade in Falklandov so bile tudi v primeru Iraka ocene o uspešnosti popravljene dolgo po tem, ko je bil konflikt že mimo in je zanimanje javnosti

upadlo. Vzrok temu so bili pogosto novi in močni dokazi, ki so bili rezultat uspešnega raziskovalnega novinarstva. Vendar je bila pomembnost teh novih ocen zelo majhna v primerjavi s političnimi koristmi ob prvih, uradnih ocenah. Po vojni se je v raziskavah pokazalo, da so Američani v začetku podpirali koncept omejevanja medijev. Raziskave, opravljene januarja 1991, so namreč pokazale, da je večina Američanov verjela, da medijsko poročanje otežuje izvajanje vojne, poleg tega je kar 79 odstotkov Američanov podpiralo vojaško cenzuro (Young, Jesser 1997: 185).

4.7 Primeri propagande

Oktobra 1990 je 15-letna hčerka kuvajtskega veleposlanika v ZDA pred Odborom za človekove pravice spodnjega doma ameriškega kongresa pričala o krutostih Iračanov, še posebej o tem, kako naj bi iraški vojaki v kuvajtski bolnišnici odstranili 312 dojenčkov iz inkubatorjev in jih pustili umreti na bolnišničnih tleh. Zgodbo so pograbili mediji in kmalu se je razširila po vsej državi. Mnogim, tudi ameriškim senatorjem in predsedniku Bushu, ki se je na ta dejanja skliceval kar šestkrat v enem mesecu, je pozneje ta zgodba služila pri opravičevanju razlogov za vojno z Irakom in pridobivanju podpore javnosti. Sčasoma se je izkazalo, da je bila zgodba le dobro organizirana propagandna kampanja, ki jo je vodila družba za javne odnose Hill in Knowlton. Le-ta je pripravila tudi številne video posnetke o iraškem uničenju Kuvajta in jih nato posredovala različnim televizijskim postajam. Kljub temu da so novinarji ugotovili, da je zgodba o inkubatorjih le propagandna poteza, njihovi članki, ki bi to razkrivali, niso bili objavljeni vse do konca vojne. »Zgodba o inkubatorjih je bila klasični primer propagandne kampanje z namenom pridobivanja podpore politiki ... Mediji, ki so razširili te laži brez dvomov ali poizvedovanja, pa so se izkazali kot naivno orodje ameriške propagande« (Luostarinen 1992: 130; Jeffords, Rabinowitz 1994: 13).

Za vse tiste, ki jih pretresljiva zgodba o dojenčkih ni prepričala, so v Pentagonu pripravili še drugo propagandno akcijo, in sicer so medije preplavili s poročili o tajnih satelitskih posnetkih, ki naj bi prikazovali 250 tisoč pripadnikov iraške vojske in 1500 tankov, zbranih na iraško-savdski meji. Neresničnost objavljenih poročil je razkrilo nekaj raziskovalnih novinarjev, ki so kupili satelitske posnetke na prostem trgu, potem ko Pentagon ni želel svojih satelitskih posnetkov predati novinarjem. Na komercialnih posnetkih, ki so bili prav tako natančni kot tisti, ki jih je uporabljal Pentagon in so bili posneti v istem časovnem okviru ter so zajemali isto regijo, ni bilo mogoče videti nobenih iraških vojakov na meji s Savdsko Arabijo. Novinarji so najeli več strokovnjakov, tudi nekdanjih uslužbencev Pentagona, ki so jim zatrdili, da na posnetkih razen puščave in nekaj ameriških vojaških letal v bazah Savdske

Arabije, ni nič. Toda ko so se začela pojavljati vprašanje glede posnetkov Pentagona in odločitev, ki so bile sprejete, je bilo že prepozno, saj je bila ameriška vojska že v pripravljenosti. Pretirane ocene o številčnosti in moči iraške obrambne linije, ki so jih ameriški mediji posredovali pred začetkom operacij na kopnem, so bile po mnenju Nohrstedta (1992: 124) del strategije, kako prikazati Sadama Huseina kot strašnega in mogočnega nasprotnika, s tem pa legitimizirati napade v očeh javnosti, pripraviti javno mnenje na možne žrtve in narediti zmago še bolj veličastno. Izjave, da gre za vojno proti »četrti največji vojski na svetu« z visoko izurjeno elitno republikansko gardo, so bile del propagandne kampanje, prav tako pa to, da je elektronska vojna z uporabo »pametnih bomb« potemtakem nujna (Frank 1992: 10). Podobe nove, visoko tehnološke vojne naj bi namreč ustvarile vtis, da se vojna odvija med stroji, ne med ljudmi.

Poleg vsega omenjenega je ameriška vlada pogosto tudi poenostavljala. Chomsky to označuje kot mobilizacijo javnega mnenja za prazne, brezpomenske koncepte. V času prve zalivske vojne so se kot taki pojavljali slogani *Podprite naše vojake (Support our troops)*. Nihče ni proti takšnim načelom, vendar je funkcija takih načel skrita, in sicer gre po mnenju Chomskyja za to, da se za takšnimi slogani skriva vprašanje *Ali podpirate našo politiko?*. Dobra propaganda je torej takšna, ki skriva prava vprašanja, s katerimi oblast noče, da se javnost ukvarja. Slogani so takšni, da nihče ne more biti proti in so vsi za. Nihče niti ne razume točno, kaj pomenijo, vendar je njihova glavna vloga odvratanje pozornosti od pomembnih vprašanj (Chomsky 2002: 25, 26).

Proučevanje vloge medijev v zalivski vojni je pomembno zato, ker je razvidno, kako so oblikovali javno podporo v takšni meri, da je bilo za Bushevo vlado lažje nadaljevati vojno. Takšnih primerov je nešteto: od fotografije Sadama Huseina, kjer ima brke oblikovane kot Adolf Hitler, do CNN-ovega pokrivanja prvih ur vojne, ko so zaneseno poročali, da je bila iraška republikanska garda zdesetkana, do tega, da noben od medijev ni dvomil o izjavah ameriške vojske, da je bil oljni madež, ki je opustošil obalo Savdske Arabije, posledica iraške sabotaže naftovodov, in ne posledica ameriškega bombardiranja štirih iraških tankerjev. Medijska participacija in podpiranje zalivske vojne sta pomagala ustvariti atmosfero, ki je odvracala dvome v trditve vlade o Iraku, Sadamu Huseinu in vojni sami (Jeffords, Rabinowitz 1994: 12).

4.8 Odziv medijev po vojni

Po vojni se je Ameriška zveza novinarjev (Inter American Press Association) nad vojaško cenzuro med zalivsko vojno pritožila na osnovi ustavnih pravic. Pritožbe so bile v glavnem glede zamud in nadzora nad informacijami, na podlagi tega so še izrazili skrb, da bi se takšna praksa nadaljevala (Young, Jesser 1997: 186). Maja leta 1992 so se sporazumeli, da bo v prihodnjih konfliktih, v katere bodo vpletene sile ZDA, glavno vodilo »svobodno in neodvisno poročanje« (Young, Jesser 1997: 188).

5. VOJNA V IRAKU LETA 2003

Ameriški kongres je 10. in 11. oktobra 2002 sprejel resolucijo o napadu na Irak (Štefančič 2004: 24). Kljub temu da ZDA za invazijo, imenovano Operation Iraqi Freedom, niso pridobile pooblastila Združenih narodov, se je invazija začela 20. marca 2003. Sile Velike Britanije in Združenih držav Amerike so predstavljale 98 odstotkov invazijskih sil. Pred napadom na Irak je bilo uradno stališče ZDA, da Irak nezakonito poseduje orožje za množično uničevanje v nasprotju z resolucijo 1441 Varnostnega sveta Združenih narodov in ga je treba razorožiti s silo (povzeto po internet 6). Iraška vojska je bila poražena in 9. aprila 2003 je padel Bagdad. Ameriški predsednik Bush je 1. maja 2003 razglasil konec večjih bojnih operacij, konec vladavine stranke Baath in odstranitev Sadama Huseina z oblasti, ki so ga koalicijske sile prijele 13. decembra 2003. Tudi po invaziji na Irak v obsežnih preiskavah orožja za množično uničevanje niso našli, kar je spodbudilo razprave o spornih razlogih za napad.

Vojna v Iraku leta 2003 je bila ena najbolj medijsko pokritih vojn v zadnjem času. V regijo je bilo poslanih več kot 3000 novinarjev, od teh jih je bilo več kot 500 dodeljenih različnim vojaškim enotam, drugi so bili razkropljeni po območju (Tumber, Palmer 2004: 2). Ameriški mediji so bili pred začetkom vojne ključni člen v pripravljanju domače in svetovne javnosti na nujnost vojne. Predsedniku Bushu ml. ob podpori medijev ni bilo težko pridobiti podpore v kongresu in javnosti, ki je napad na Irak povezovala s terorističnimi napadi 11. septembra 2001. Javnosti in mediji so pričakovali hiter konec vojne. Ob začetku vojne in krvavih spopadih v Iraku realnost vojne ni dosegla ameriškega občinstva, saj so njihove televizije predvsem posredovale podatke Pentagona ali so prikazovale posnetke novinarskih konferenc iz Kuvajta in Katarja, dogajanje na bojiščih pa so prikazovali posnetki bombardiranja in oklepnih vozil v puščavi (povzeto po internet 10).

5.1 Razlogi za vojno

5.1.1 Propaganda pred vojno

Po 11. septembru 2001 je ameriška vlada temeljito obnovila tako notranji kot zunanji sistem propagande za namene opravičevanja vojne proti terorizmu, napada na Afganistan in Irak. Miller (2004: 80) pravi, da se ameriška vlada očitno ni mogla zanesti na medije, v smislu, da bi dosledno poročali v skladu z uradno politiko, in je zato obsežno vlagala v mehanizem propagande. V začetku leta 2003 sta se v javnosti pojavila dva (uradna) glavna razloga za

silen napad na Irak, in sicer naj bi Iraci razvijali orožje za množično uničevanje ter povezava iraškega režima s teroristično mrežo Al Kajda.

5.1.2 Orožje za množično uničevanje

Po prvi zalivski vojni leta 1991 so ZN sprejeli vrsto resolucij, ki so Irak zavezovale, da se znebi biološkega, kemičnega in jedrskega orožja. Ker je bilo posedovanje orožja ključna točka resolucij ZN, je to postal glavni argument opravičevanja oborožene intervencije, tudi v predstavitvi ameriškega državnega sekretarja Colina Powella pred VS ZN februarja 2003. Tako ameriška kot britanska vlada sta vztrajali, da Sadam Husein poseduje orožje za množično uničevanje in nadaljuje njegov razvoj, na podlagi česar sta opravičevali intervencijo. Colin Powell je v svojem govoru zatrjeval, da Irak kemično in biološko orožje skriva v premičnih laboratorijih in podzemnih skrivališčih. Te trditve je vodja inšpektorjev ZN Hans Blix ovrgel, saj zanje niso našli dokazov.

Med začetno fazo vojne je bil strah pred orožjem za množično uničevanje očitno v poročilih o vojaki, ki nosijo zaščitno opremo, in v poročilih o poveljnikih, ki so izdajali opozorila glede tveganja. Maja 2003 je obrambni sekretar Donald Rumsfeld na vprašanje, zakaj vojska izdaja opozorila in zakaj Irak orožja za množično uničevanje še ni uporabil, odgovoril, da nihče ne ve, zakaj ga še niso uporabili, vendarle naj bi obveščevalna poročila vsebovala dovolj podatkov za izdajo opozoril (Tumber, Palmer 2004: 140, 141). Ameriška vlada je javnost večkrat obvestila, da so našli dele za razvoj ali uporabo orožja za množično uničevanje, vendar pa so bila poznejša poročila o tem, da je šlo dejansko za neko drugo stvar, zelo redka. Konec maja je Donald Rumsfeld dejal, da obstaja možnost, da je Sadam Husein vse orožje uničil že pred začetkom vojne (Tumber, Palmer 2004: 142).

Problem pri opravičevanju napada zaradi domnevnega razvoja orožja za množično uničenje se je pojavil, ko sta Hans Blix in generalni direktor Mednarodne agencije za jedrsko energijo (IAEA) Mohamed El Baradej v poročilu marca leta 2003 zapisala:

- da ni dokazov, da bi Irak skrival kemično in biološko orožje v premičnih laboratorijih in podzemnih skrivališčih (kar je v svojem govoru februarja leta 2003 zatrjeval Colin Powell),
- da trditve ameriške vlade, da skuša Irak v Afriki kupiti uran, temeljijo na nezanesljivih virih,
- da o obnavljanju jedrskih aktivnosti ni dokazov,

- da ni dokazov, da bi Irak po letu 1990 skušal uvoziti uran,
- da je natančen pregled uvoženih aluminijastih cevi pokazal, da te niso bile namenjene bogatenju urana.

General Husein Kamel (zet Sadama Huseina) je že leta 1995 zatrdil, da je bilo vse orožje – biološko, kemijsko, jedrsko – uničeno, vendar so njegove izjave mediji bolj ali manj spregledali. Leta 1998 so inšpektorji ZN zapustili Irak, v tistem času so mediji pisali, da so inšpektorje odpoklicale ZDA, nato pa je štiri leta pozneje predsednik Bush izjavil, da v Iraku vlada režim, ki je pristal na inšpektorje ZN, nato pa jih izgnal in mediji so tem izjavam sledili. Mediji so brez komentarjev nekritično ponavljali izjave in se tako lahko sklicevali na nevtralnost, po drugi strani pa so tako širili propagando. Kadar mediji poročajo le o uradnih izjavah ali jih posredujejo, ne da bi namenili enako mero pozornosti tudi drugačnim pogledom drugih delov družbe, tako podpirajo propagando (Internet 3).

Da je velik delež Američanov verjel, da je Irak imel orožje za množično uničenje, je bilo zasluga ameriške vlade, ki je velikokrat svoje izjave podala na način, ki so takšne ideje potrjevale, celo predsednik sam je v govoru 30. maja 2003 izjavil, da so našli takšno orožje.⁶ Na javnost so vplivali tudi mediji, ki si pogosto niso drznili dvomiti o uradnih izjavah. Govori predsednika Busha in ameriškega državnega sekretarja Powella so vsebovali veliko neresnic in polresnic, ki so jih pozneje ovrgli, vendarle so imeli ti govori velik propagandni učinek, saj so dosegli veliko število ljudi, medtem ko so poznejše analize, ki so neresnične izjave ovrgle, dosegle precej manj ljudi in vzbudile zelo malo zanimanja med širšo javnostjo (Internet 18).

5.1.3 Sodelovanje režima s teroristično organizacijo Al Kajda

Ameriška politika ni nikoli izrecno dejala, da je Husein povezan z Al Kajdo ali s terorističnim napadom na Svetovni trgovinski center leta 2001, vseeno pa je to verjela več kot polovica Američanov. 18. marca 2003 je v argumentaciji za napad na Irak predsednik Bush ml. zapisal, da »ameriške nacionalne varnosti z diplomatskimi sredstvi ni več mogoče primerno zaščititi pred stalno grožnjo, ki jo predstavlja Irak« in da je napad na Irak v skladu z ameriškimi in mednarodnimi prizadevanji, da bi se »ukrepalo proti mednarodnim teroristom in terorističnim

⁶ »Vsem tistim, ki pravijo, da prepovedanega orožja ali prepovedanih kapacitet za razvoj takšnega orožja niso našli, naj povem, da se motijo. Našli smo jih.« (Internet 19)

organizacijam, vključno s tistimi državami, organizacijami in osebami, ki so načrtovale, odobrile in izvršile teroristične napade 11. septembra 2001.« (Štefančič 2004: 82)

Vlada predsednika Busha je stalno poudarjala povezavo med Irakom in vojno proti terorizmu. Kljub pomanjkanju dokazov o domnevi, da se je eden izmed ugrabiteljev letal, ki so bila vpletena v napade 11. septembra 2001, sestal z iraško obveščevalno službo, so to trditev predstavniki ameriške vlade nenehno ponavljali (Rampton, Stauber 2003: 238). Tudi Bush je v svojem govoru 1. maja 2003, ko je oznanil konec večjih bojnih operacij, znova poudaril to povezavo, saj je dejal, da Irak ne more več nuditi pomoči teroristom (Tumber, Palmer 2004: 125).⁷

5.2 Medijsko pokrivanje vojne

Za novinarske organizacije, ki so bile v prejšnjih konfliktih bolj ali manj odrezane od dogajanja, je bil nov sistem »embedding«⁸ oziroma vojnoformacijsko novinarstvo odlična priložnost, da postanejo partnerji v procesu (Tumber, Palmer 2004: 161).

Tudi med to vojno so bila televizijska poročila tisti vir informacij, ki so mu ljudje v ZDA najbolj zaupali in ga najbolj koristili. Televizijskim postajam, ki so delovale in poročale o dogodkih 24 ur na dan, je gledanost močno narasla (Allan, Zelizer 2004: 6). Zaradi tekmovalnosti med mediji in želje prvi objaviti neko zgodbo, je pogosto prihajalo do objavljanja nepreverjenih in netočnih informacij. Ali je šlo v takih primerih za propagando ali resnično nenamerno napako, je težko presoditi.

Ameriške televizijske postaje so z animiranimi ameriški zastavami v kotih televizijskih zaslonov in naslavljanjem koalicijskih čet kot »mi«, »naši«, »junaki« in »osvoboditelji« podžigale patriotizem (Allan, Zelizer 2004: 9) (priloga A). Manjši, lokalni časopisi so se precej razlikovali od večjih novinarskih organizacij ali agencij, mnogi od njih so namreč objavljali osebna sporočila vojakov svojim družinam in prijateljem (Tumber, Palmer 2004: 19).

Poročila so se razlikovala tudi vsebinsko, saj so na ameriških televizijskih postajah poudarjali natančnost bombnih napadov na vojaške cilje, druge pa so se osredotočile na civilne žrtve in prikazovale trpeče iraško ljudstvo (Kellner 2004: 149). Pretežni del medijev je podpiral vojno,

⁷ »Osvoboditev Iraka je bistven napredek v boju proti terorizmu. Zaveznik Al Kajde in njen finančni podpornik je odstranjen. Eno je gotovo: nobena teroristična mreža ne bo pridobila orožja za množično uničevanje od iraškega režima ...« (Moeller 2004: 71)

⁸ Angleški izraz »to embed« v dobesednem prevodu pomeni nekaj trdno, neločljivo vstaviti, vložiti, vstaviti, zakopati. Glede na to, da je v večini slovenske literature izraz uporabljen v izvorniku, in ne kot prevod, bom tudi sama v nadaljevanju uporabljala embed in embedded namesto slovenskega prevoda vključitev oziroma vključen v enoto.

saj večini medijev ni uspelo sistematično oporekati razlogom za invazijo ali razkrinkati krutosti in posledice vojne (Freedman 2004: 63).

5.3 Poročanje ameriških medijev o vojni

Kljub 24-urnemu oddajanju in poročanju v živo takšno poročanje ni posredovalo več različnih pogledov, poglobljenih analiz ali razumevanja. Nekateri celo menijo, da vodi tako poročanje k senzacionalizmu in površnemu poročanju o zapletenih zgodbah, kar lahko omeji kakovost in poglobljenost poročanja v celoti. Med drugo zalivsko vojno so tok poročil pogosto prekinili prenos ameriških ali britanskih tiskovnih konferenc v živo ali izjav vodilnih političnih osebnosti. (Robinson 2004: 100, 101).

Večina mainstream medijev je popolnoma sodelovala z vladno politiko v smislu prikazovanja vojne kot nujnega odgovora na neposredno grožnjo Iraka, v kateri so vojaške in civilne žrtve neizogibne. Tako televizija kot tisk sta premalo pozornosti posvetila nevladnim strokovnjakom, vključno s tistimi, ki so zatrjevali, da so ZN nadzorovali uničenje večine orožja za množično uničenje, tisto, kar je ostalo, je bilo leta 2003 tako in tako neučinkovito (Boyd-Barrett 2004: 29).

Za poročanje pred vojno in med njo je bilo značilno tudi poudarjanje taktike namesto političnih analiz. Mediji so se osredotočili na majhen sklop tem, ki niso pojasnjevale širšega konteksta krize, brez takšnega poročanja in analiz pa javnost hitreje verjame izjavam politikov.

5.3.1 Televizija

Medtem ko so arabske in nekatere evropske televizijske mreže o vojni govorile kot o invaziji in nezakonitem napadu na Irak, so ameriške televizijske mreže kot okvirni koncept predstavljale Vojna v Iraku in Operacija za osvoboditev Iraka (Operation Iraqi Freedom).

Najbolj priljubljena kabelska mreža za poročila o vojni v Iraku je bila Fox News. Ob javljanju v živo se je v zgornjem levem kotu zaslona pojavljala animirana ameriška zastava, na spodnjem delu zaslona pa naslov Operacija za osvoboditev Iraka. Animacija ameriške zastave se je pojavljala vse od terorističnih napadov 11. septembra 2001. Kljub temu da so prevladovali komentarji, ki so bili v prid vojni v Iraku, je televizijska mreža Fox redno gostila

poročevalce in voditelje, ki so bili proti vojni. Prav tako je posvetila nekaj pozornosti protivojnim protestom,⁹ zborovanjem, tudi protiameriškimi protestom v Iraku.

Tudi televizijska mreža MSNBC je uporabila ameriško zastavo in redno predvajala oddajo Najpogumnejši Američani (*America's Bravest*), v kateri so prikazovali fotografije čet v Iraku, ki so jih pošiljali sorodniki ameriških vojakov. Mesec dni pred začetkom invazije na Irak je bil odpuščen Phil Donahue, kritik politike Georgea Busha do Iraka, njegovo oddajo pa so nadomestili s poročanjem o iraški vojni.

V primerjavi obdobja po vojni v Iraku z obdobjem pred vojno je gledanost mreže MSNBC poskočila za 357 odstotkov, CNN za 305, Fox pa za 239. V celoti je bil na prvem mestu Fox News, sledil mu je CNN in nato še MSNBC, kar je bilo svojevrstno presenečenje, saj se je televizijska mreža CNN uveljavila prav s poročanjem Zalivske vojne leta 1991.

Za večino Američanov je bila vojna predvsem vojaška zgodba, tudi zato, ker so ameriški mediji sprejeli stališče, da večine njihovih bralcev in gledalcev ne zanimajo grozote vojne in beda iraških žrtev (Knightley 2004: 104).

5.4 Poročanje medijev neodvisnih od vlade in korporacij

V ZDA je bil radijski in televizijski program Democracy Now kritičen do razlogov za invazijo in domnevnih zločinov, ki so jih ameriške oblasti zagrešile v Iraku. Prvič pa je vojska na bojiščih lahko priskrbela neposredna in necenzurirana poročila z blogi in internetom.

5.4.1 Svetovni splet

Nekateri trdijo, da je svetovni splet bolj dodaten vir komunikacij kot revolucionarno orodje, ki bi imelo širši vpliv in bi zagotavljalo večjo raznolikost virov in novic v poročilih in bi imelo pomemben vpliv na medije (Robinson 2004: 103). Pečjak (2001: 12) meni, da je internet predvsem avtocesta k informacijam, vendarle pa ni imun za politično propagando. Informacije je mogoče prikazati s te ali one strani.

V svetu, kjer so mediji vedno bolj v rokah le peščice medijskih korporacij, je internet najboljši vir alternativnih informacij. Kljub temu da je mogoče najti ogromno napačnih informacij, internet nudi izobilje mnenj in razprav, spletnih strani, ki omogočajo boljšo obveščenost in

⁹ »Protivojne demonstracije so zajele cel svet, zato je ameriška oblast ljudi poskušala odvrniti od prisostvovanja na demonstracijah, razglašena je bila oranžna stopnja ogroženosti in opozarjali so ljudi, da se demonstracij udeležujejo na lastno odgovornost« (Štefančič 2004: 60).

drugačen pogled. Posebno pomembno vlogo je imel pri pospeševanju razvoja globalnega protivojnega gibanja (Kellner 2004: 155).

Internet med drugo zalivsko vojno ni igral večje vloge, le 17 odstotkov ljudi, ki ga uporabljajo, ga je imelo tudi kot primarni vir novic o vojni, medtem ko je 89 odstotkov ljudi večino informacij o vojni pridobilo po televiziji (Alexander 2004: 277). Od omenjenih 17 odstotkov uporabnikov interneta je večina pregledovala strani tistih medijev, ki svoje prispevke objavljajo tudi na medmrežju, kot so CNN.com,¹⁰ MSNBC, Yahoo! News, Fox News in spletno stran časopisa New York Times. Jasno je torej, da se vsebine informacij na internetu niso bistveno razlikovale od vsebine poročil drugih medijev. Zanimivo je, da se je med vojno v Iraku bistveno povečal obisk internetnih strani britanskega BBC-ja in Guardian. V marcu 2003 je bilo 49 odstotkov obiskovalcev spletne strani Guardian iz ZDA, stran BBC-ja pa je bila celo na šestem mestu najbolj priljubljenih strani v ZDA (Alexander 2004: 278). Iz teh podatkov je mogoče sklepati, da so se nekateri Američani zaradi pretirano domoljubnega poročanja domačih medijev raje obrnili na medije tujih držav, predvsem britanske, in da je v porastu trend iskanja alternativnih informacij prek interneta. S pojavom interneta se je spremenilo razmerje med tradicionalnimi posredniki informacij in njihovim občinstvom, internetni uporabniki lahko namreč primerjajo informacije domačih medijev s katerimikoli na svetu.

Medtem ko postajajo množični mediji vse bolj koncentrirani v rokah nekaj korporacij, se na internetu hitro razvija množica alternativnih medijev, ki za delovanje potrebujejo le malo oziroma nič sredstev (Alexander 2004: 280). Internet zaradi neskončnega števila virov informacij uporabniku omogoča samostojno izbiro informacij, o katerih se hoče poučiti, medtem ko v primeru drugih množičnih medijev tako imenovano news agendo določajo uredniki. V zadnjih nekaj letih je naraslo število blogov,¹¹ med vojno v Iraku pa so se pojavili še vojni blogi, ki pokrivajo ves politični spekter in filtrirajo informacije množičnih medijev. Ponavadi je na takšnih vojnih blogih mogoče najti povezave do člankov s kratkim opisom, komentarjem ali opozorilom, na kaj naj bomo v članku pozorni (Alexander 2004: 281). Med vojno so na takšnih spletnih straneh pod vprašaj postavljali trditve vlade in tako ustvarili popolnoma novo dimenzijo medijske vojne. Nekatere blogge so pisali tudi novinarji, ki so se namesto za poročanje pod pritiski vlade in lastniki medijev raje odločili za neodvisno reportažno novinarstvo. V blogih so najpogosteje poročali o zgodbah navadnih ljudi in o vplivih, ki jih ima vojna na njihovo življenje.

¹⁰ Po raziskavah naj bi spletno stran CNN.com v marcu 2003 obiskalo 26 milijonov uporabnikov interneta.

¹¹ Nekakšni internetni dnevnik.

Televizijske postaje marca 2003 niso želele objaviti posnetkov mrtvih ameriških vojakov, vendarle pa so se le-te v nekaj urah pojavile na internetu (Internet 16).

Internet je igral pomembno vlogo tudi pri organizaciji protivojnih demonstracij; demonstracije februarja 2003 (ene največjih in najobsežnejših) so bile organizirane skoraj izključno na internetu. Na teh demonstracijah, ki so potekale po vsem svetu, je sodelovalo od 6 do 12 milijonov ljudi in so prikaz združitve tradicionalnega političnega aktivizma s sodobno informacijsko tehnologijo z zelo malo finančnih sredstev oziroma brez njih (Alexander 2004: 283). Tudi v Ameriki je bil internet pomemben medij pri organizaciji demonstracij, prek katerega je mogoče v najkrajšem možnem času doseči kar največje število ljudi. Kljub temu da v večini množičnih medijev protivojnim demonstracijam ni bila namenjena niti beseda, so se demonstracijam pridružili stotisoči (Alexander 2004: 284).

Internet je orodje, ki ne zahteva sredstev, ne pozna geografskih omejitev in vsebuje neskončno gmoto informacij in je kot takšno zelo primerno za mobilizacijo množic, izražanje mnenj in pridobivanje informacij.

5.5 Bojnoformacijsko novinarstvo, t. i. embedding

Vojska razlaga embed kot predstavnika medijev, ki dolgoročno ostaja z vojsko, od katerega se pričakuje, da bo živel, delal in potoval kot del enote, ki ji je dodeljen. Takšni poročevalci naj bi pospeševali poglobljeno poročanje o ameriških silah v boju in podobnih operacijah (povzeto po internet 8). Pojav embedding je bila dobro organizirana strategija Pentagona, ki so se je lotili že dolgo pred začetkom konflikta.¹² Priključevanje novinarjev vojaškim enotam je temeljilo na razdeljevanju mest novinarskim organizacijam, in ne posameznim novinarjem. Takšen način je otežil oziroma onemogočil sodelovanje svobodnim novinarjem, če se niso pridružili kateri od organizacij, na drugi strani pa je olajšal delo obrambnemu ministrstvu, saj je omogočal lažji nadzor in poznejše morebitne sankcije (Tumber, Palmer 2004: 13, 14, 15). Februarja 2003 so izdali dokument s smernicami in navodili delovanja medijev v morebitnih prihodnjih konfliktih (priloga C).

Novinarji in organizacije so podpisali dokument, v katerem so potrdili, da se strinjajo s pravili, o čem lahko oziroma ne smejo poročati. Zavezali so se na primer, da ne bodo poročali o trenutno potekajočih spopadih, razen če jim to dovoli poveljujoči častnik na terenu, o

¹² Sistem, podoben embedding so prvič uporabili v praksi Britanci med prvo svetovno vojno, ko so šest dopisnikov priključili vojski na zahodni fronti (Knightley 2004: 102), in v falklandski vojni, kjer so novinarje priključili britanskim enotam (Tumber, Palmer 2004: 2).

podrobnostih prihodnjih operacij, niti o odloženih ali preklicanih operacijah, o pogrešanih ali sestreljenih letalih in pogrešanih plovilih, dokler se ne načrtuje ali poteka akcija za njihovo iskanje. Zavezali so se, da ne bodo uporabljali lastnih satelitskih ali mobilnih telefonov, da ne bodo potovali v lastnih prevoznih sredstvih, dokler imajo status embedded, da ne bodo fotografirali sovražnih ujetnikov, njihovih obrazov, priponek z imenom ali česarkoli, kar bi razkrivalo njihovo identiteto. Poleg tega so se zavezali še k spoštovanju morebitnega omejevanja novic in prepovedi javljanj zaradi ščitenja operacijske varnosti (Tumber, Palmer 2004: 16).

V začetku je bilo navdušenje nad sistemom embedding veliko, uredniki so pripovedovali, da so skoraj vsi novinarji pravočasno oddajali poročila brez vojaške cenzure, kljub temu da so peščeni viharji in hitri premiki vojaških enot povzročili nekaj zamud. Občinstvo je lahko v živo spremljalo premike tankov čez puščave, bojevanje v mestih in zajetja ujetnikov. Še nikoli prej se ni toliko poročalo v živo, vendarle je treba omeniti, da so embedded novinarji lahko priskrbeli le majhen in ozek del vsega dogajanja.

Zaradi nerazumevanja in dvoumnosti pravil in omejitev sistema embedding je prihajalo do vrste nesporazumov, zaradi katerih so nekateri novinarji morali zapustiti svoja mesta (Tumber, Palmer 2004: 27).

Med vojno se je tudi izkazalo, da nisi varen, če nisi del formacij. Novinarji, ki so delovali zunaj sistema zaščite, ki ga je vzpostavil Pentagon, torej unilateralci, so bile namreč mnogo manj varni, in je bilo med njimi tudi največ žrtev.

5.5.1 Identificiranje novinarjev s četami

Ključno vprašanje glede uspešnosti vojnoformacijskega novinarstva ostaja, koliko so se novinarji identificirali s četami in vojaki, ki so jim bili dodeljeni in koliko je to vplivalo na njihovo objektivnost poročanja. Vloga novinarjev, ki naj bi jo imeli v prvih vrstah bojnih linij, je vloga neodvisnega opazovalca, njihova naloga pa nepristransko poročanje. Vendar so se novinarji v zameno za dostop do bojišč in zaščito pred fizičnimi poškodbami odpovedali večini neodvisnosti.

Dejstvo, da so novinarji z vojaki jedli, spali, jih spremljali v boj, se na njih zanašali za varnost, je zagotovo otežilo njihov položaj. Kot pravita Tumber in Palmer (2004: 53), so se vojaki in novinarji sčasoma zblížali in začeli deliti enaka čustva. Nek novinar je zapisal:

Po manj kot tednu dni so se pokazali učinki vojne, tako na tistih, ki v njej sodelujejo, kot na tistih, ki o njej poročajo. V bojni opremi izgledamo in zvenimo kot vojaki, kar je neke vrste poklon vojski in njenemu sistemu embedding. Odgovorni smo častnikom, sledimo

ukazom, delimo dnevne obroke hrane, jemo in spimo tam, kjer jedo in spiyo vojaki. Vojaški jezik, ki je nekoč zvenel kot jezik nekoga drugega sveta, je zdaj materni jezik ...Pred urami, ko smo zapuščali ameriško bazo, smo se dolgo in iskreno poslavljali od tistih, ki so ostali v rezervi (Tumber, Palmer 2004: 54).

Genialnost novega sistema je v tem, da je omogočal dostop do bojišč kot še nikoli prej, omogočal je tudi identifikacijo poročevalcev z vojsko, koaliciji pa je bilo zagotovljeno sila pozitivno poročanje. Novinarji sami so postali zagovorniki sistema kontrole (Miller 2004: 90, 92).

5.5.2 Poročanje embedded novinarjev

V začetnih dnevih vojne so mediji poročali o tem, da nekdo nekje na nekoga strelja. Posnetki v živo so prikazovali, kako gorijo Sadamove palače, niso pa pokazali, kaj je v ozadju teh ognjenih krogel – mrtvih iraških vojakov in civilistov, niso povedali, ali se vojna odvija po načrtih. Na voljo so bila poročila o dogajanju v posameznih enotah, manjkala pa so poročila o tem, kako se vojna odvija gledano v celoti.

Raziskovalna organizacija PEJ (Project For Excellence In Journalism) je izvedla študijo, v kateri so analizirali več kot 40 ur poročanja na televizijskih postajah ABC, CBS, NBC, CNN in Fox Nws v prvih šestih dneh vojne. Študija je pokazala, da je bilo poročanje zelo nezanesljivo in je manjkal kontekst, vendar je bilo nenavadno bogato s podrobnostmi. Ugotovili so, da je bilo 94 odstotkov prispevkov embedded novinarjev primarno takih, ki so vsebovala dejstva, večinoma je šlo za poročanje v živo, ki ni bilo vnaprej urejeno, gledalcem so poročali predvsem novinarji, in ne vojaki ali kakšni drugi viri, v 8 od 10 primerov so poročali le novinarji, skoraj polovica vseh poročil (47 odstotkov) je opisovala vojaške akcije ali njihove rezultate. Čeprav je bilo poročanje dramatično, ni bilo grafično, od vseh analiziranih poročil namreč niti eno ni vsebovalo slik ranjencev (Tumber, Palmer 2004: 57). Kmalu se je izkazalo, da so embedded novinarji postali navijači koalicijskih sil in izgubili objektivnost.

Ker so bili novinarji podvrženi blažji vojaški disciplini, se niso smeli svobodno gibati ali prosto prehajati med vojskujočima se stranema, bili so povezani in priklenjeni le na eno stran v konfliktu, zaradi česar je bilo njihovo poročanje lahko le enostransko. Dr. Bašić Hrvatina meni, da se je s takšnim novinarstvom izgubila različnost pogledov, objektivnost oziroma uravnovešenost poročanja, poskus iskanja različnih neodvisnih virov in zgodbe, ki jih vojaška stran ne vidi ali noče videti kot pomembne (povzeto po internet 5).

Zgodbe novinarjev, priključenih vojaškim enotam, so se od zgodb tistih novinarjev, ki so ostali bolj oddaljeni od bojišč, razlikovale tudi po tonu pisanja; poročila embedded novinarjev so javnost osvojila s predstavo, da sledijo bojem, in so tako predstavljala bolj zanimiv in energičen pogled na vojno od poročil drugih novinarjev, ki so vključevala večjo mero svaril in realnejši pogled na vojno. Čeprav so bila ta poročila na prvi pogled morda zanimivejša, pa kot primarni vir informacij ne povedo veliko o širšem kontekstu vojne. Vsak novinar je namreč pokrival le nek delček vojne, s tem pa se je izgubil vpogled v namen in povezanost posameznih misij s širšim potekom vojne. Takšni novinarji so poročali predvsem o vojski nasploh in osebju, njihovo poročanje pa je bilo, glede na to, da so bili del enot in vojske, bolj pozitivno.

5.5.3 Ocene sistema embedding po vojni

Pomočnica obrambnega ministra za stike z javnostmi Victoria Clark je po vojni izrazila zadovoljstvo Pentagona z rezultati novega sistema in upanje, da bo sistem uporabljen tudi v prihodnjih konfliktih. Dejala je še, da so bili vojaški poveljniki zadovoljni, da so imeli ob sebi novinarje, ki so ameriški javnosti omogočili boljše razumevanje dogajanja in so kljubovali iraški propagandi. Zdi se, da je nov sistem koristen za vse vpletene strani – javnosti omogoča več poročil o vojni kot kdaj koli prej, novinarjem je omogočen dostop kot nikoli prej, koalicija pa posreduje več sporočil (Tumber, Palmer 2004: 59).

5.6 Jezik in retorika

Pred začetkom vojne 6. marca 2003 je predsednik ZDA G. W. Bush na novinarski konferenci jasno nakazal, da namerava napasti Irak. Znova je obudil retoriko dobrega in zla, ki jo je uporabljal že v primeru Osame Bin Ladna, poleg tega pa je nenehno grozil Iraku. Ponavljal je besede *terorizem* in *Sadam Husein*, ob tem pa kar 16-krat ponovil, da Irak pomeni grožnjo in ga skušal povezati s terorizmom in napadi 11. septembra 2001.

Busheva retorika je bila polna govoričenja in nenehnega ponavljanja istih fraz – vojna proti Iraku je dejanje za mir, za njegovo osvoboditev in bo prinesla svobodo in demokracijo. Ker je bila »razorožitev Iraka« glavni cilj ameriške vojaške intervencije, so to pogosto ponavljali; npr. predsednik Bush je ponavljal »Irak se ne razorožuje« in »Če se Sadam Husein ne bo razorožil, ga bomo razorožili mi« (Štefančič 2004: 62).

Pomemben element propagande je tudi ponavljanje, saj tisto, kar nenehno poslušamo in nam zveni znano, dokaj hitro lahko zamenjamo z resnico. Tako so Američani tako dolgo poslušali o Sadamovem namenu napasti Ameriko in orožju za množično uničenje, da so začeli to

verjeti. Poleg tega je *orožje za množično uničenje* precej ohlapen pojem, ki zajema jedrsko, kemično, biološko orožje in drugo ter ga je ravno zaradi te ohlapnosti toliko težje ovreči. Če bi namreč govorili o konkretnih grožnjah, bi jih nasprotniki precej lažje ovrgli (Internet 20). Nenehno se so ponavljale tudi preproste besede ali besedne zveze, ki so čustveno nabite, kot na primer vojna proti terorizmu, os zla, orožje za množično uničevanje, vojna za svobodo itd.

5.7 Vojna z mediji

Prvi spor z mediji je bil zaradi pomanjkanja predstavljanja okvira dogajanja, temu pa je sledil spor zaradi nazornega prikazovanja žrtev in vojnih ujetnikov. Že pred vojno so predstavniki ministrstva za obrambo opozarjali, da je z vidika vlade najbolj občutljivo področje novinarstva poročanje o žrtvah koalicijskih sil. Čeprav v smernicah, ki so se jih novinarji držali, ni pisalo, da poročanje o žrtvah ni dovoljeno, so se morali novinarji držati nekaterih omejitev, ki naj bi preprečevale identifikacijo žrtev v realnem času. Pri tem je šlo za to, da bi se lahko opravili postopki obveščanja sorodnikov žrtev, preden bi to izvedeli od medijev.

5.7.1 Prikazovanje žrtev

Odnos ameriške vlade lahko povzamemo z besedami ameriškega generala Tommyja Franksa, ki je dejal: »Žrtev ne štejemo.« (Tumber, Palmer 2004: 134) Ameriški obrambni sekretar Rumsfeld je na ameriški televiziji CBS protestiral proti posnetkom ubitih in ujetih domnevnih ameriških vojakov, ki jih je objavila iraška televizija, povzela pa arabska Al Džazira in tudi CBS. Rumsfeld je posnetke označil kot kršitev Ženevskih konvencij.

Televizijska mreža Fox je 5. in 6. aprila 2003 prikazovala vpade ameriških sil v Bagdad, na posnetkih pa je bila vidna tudi škoda, uničena iraška vozila, goreča poslopja in trupla Iračanov. Ti posnetki so prikazali del uničenja in prelivanja krvi, ki so ga ameriške televizijske mreže ponavadi prezrle. Ameriški vojaški poveljniki so zatrjevali, da je bilo v začetnih fazah zavzemanja Bagdada ubitih 2000 do 3000 Iračanov, vendar tega ni bilo mogoče videti na televiziji, saj je bilo prikazovanje bombardiranja iraških vojaških sil in žrtev bolj izjema (Kellner 2004: 152).

Glede prikazovanja žrtev so v ameriških medijih obstajala dvojna merila. Al Džazira je objavila posnetke ujetih in mrtvih koalicijskih vojakov ter posnetke ranjenih in mrtvih iraških civilistov, kar je ameriška vlada obsodila in zatrdila, da gre za kršenje Ženevskih konvencij. Mednarodni komite Rdečega križa se je odzval na posnetke, vendar je bilo poudarjeno, da gre

tudi v primerih posnetkov ameriških televizij, ki prikazujejo predaje iraških vojakov, za kršenje Ženevskih konvencij. Nekatere ameriške medije, ki so prikazovali zgodbe obeh vpletenih strani, so obtožili, da preveč sočustvujejo z Irčani in celo da so protivojno nastrojeni (Tumber, Palmer 2004: 72). Ob smrti Sadamovih sinov avgusta 2003 se je ameriška vlada odločila, da objavi posnetke njunih trupel, z razlago, da si Irčani zaslužijo biti popolnoma prepričani o njihovi smrti (Tumber, Palmer 2004: 117).

5.7.2 Pristranskost ameriških medijev

Pristranskost ameriških medijev je vplivala na način poročanja o vojni. FAIR je v analizi večernih poročil (v obdobju treh tednov, z začetkom 20. marca) šestih televizijskih postaj ugotovil: »Skoraj dve tretjini vseh virov, 64 odstotkov, sta bili za vojno, 71 odstotkov gostov pa je podpiralo vojno. Deset odstotkov vseh virov je bilo proti vojni, od tega le šest odstotkov neiraških in le trije odstotki ameriški. Torej je bilo šestkrat bolj verjetno, da bodo gledalci videli nekoga, ki vojno zagovarja, kot nekoga, ki je proti vojni.« (Solomon 2004: 157) Že pred začetkom napadov je bilo ugotovljeno, da so viri ameriških poročil o Iraku pretežno uradniki ali nekdanji uradniki, da je bilo le šest odstotkov vseh virov skeptičnih glede vojne in da je bil manj kot odstotek vseh virov povezan s protivojnimi aktivnostmi (Tumber, Palmer 2004: 5).

Med vojno se je pojavilo kar precej kritik na način dela medijev. Predsednik Bush naj bi bil nezadovoljen zaradi tega, ker naj bi nekateri mediji dvomili o napredovanju vojske v Iraku in ker naj bi se preveč osredotočali na civilne žrtve. Poleg predsednika so novinarji kritizirali drug druge zaradi posredovanja nepreverjenih vojaških poročil, kot so bila npr. poročila v prvi noči vojne, da je Sadam Husein verjetno že mrtev (Tumber, Palmer 2004: 6).

5.8 Reševanje Jessica Lynch

Vojakinja Jessica Lynch je bila zajeta med napadom in 1. aprila 2003 rešena iz iraške bolnišnice. Tako njeno zajetje kot njeno reševanje sta dvignila veliko prahu, saj so jo ameriški mediji razglašali za pravo ameriško junakinjo, ki se bori do zadnje krogle, ki so jo ustrelili in zabodli, nato pa junaško rešile ameriške enote. Od tedaj je bilo kar nekaj pripomb, da je bilo njeno reševanje izrabljeno za dvigovanje morale, po tednu, v katerem so bili ameriški generali nezadovoljni z napredovanjem vojne in so cene delnic na newyorški borzi padle (Tumber, Palmer 2004: 133). Raziskovalna organizacija PEJ je opravila raziskavo o poročanju tega dogodka in sklenila, da je bilo polno protislovij. Dokaze o njeni vpletenosti v streljanje so

kmalu ovrgli, poleg tega pa je kmalu po njenem reševanju postalo jasno, da je bolnišnica v Nemčiji, kjer se je zdravila, ovrgla trditve o strelnih in vbodnih ranah. Kljub tem razkritjem in dejstvu, da Pentagon v uradnih poročilih ni izdajal napačnih informacij, se je večina ameriških medijev še naprej držala bolj junaške različice dogodka. Zanimivo je, da Pentagon od medijev ni zahteval, naj se držijo dejstev, raziskava PEJ pa je celo odkrila, da je prvotna zgodba o junaštvih Jessice Lynch izvirala od neimenovanega vira Pentagona.

5.9 Zrušenje kipa in prijetje Sadama Huseina

Slavje ob padcu kipa Sadama Huseina v Bagdadu je bila skrbno načrtovana operacija. Ob prihodu ameriških tankov in padcu Huseinovega kipa so posnetki slavja Iračanov obkrožili svet. Kot pravi Miller (2004: 95), je bilo podrtje Huseinovega kipa zmagoslavje ameriške in britanske propagande.

Prizor padca kipa Sadama Huseina je zagotovo prizor, ki se bo za dolgo vtisnil v spomin. Slika veselih Iračanov, ki okoli kipa privežejo vrv in verigo in nato s pomočjo ameriškega vozila zrušijo kip, je obkrožila svet in simbolno označila konec vladavine Sadama Huseina in zmago koalicijskih sil. Poglejmo na ta dogodek še z druge strani. Kip so podrle ameriške čete, z ameriško opremo, saj ga Iračani sami sploh ne bi mogli. Televizijski posnetki od blizu so dajali vtis, da je bil ves trg poln slavečih Iračanov, vendar se je pozneje na posnetkih od daleč izkazalo, da je šlo le za majhno množico in je bila večina trga prazna (Knightley 2004: 106).

Pojavlja se torej vprašanje, ali je šlo ob tem dogodku resnično za spontano veselje osvobojenih Iračanov, ki so s svojim dejanjem ponazorili zaničevanje nekdanjega voditelja, ali je šlo za skrbno pripravljeno točko, za propagando.

Dogodek so označili za zgodovinski, obrambni minister Donald Rumsfeld pa ga je celo primerjal s padcem berlinskega zidu. Televizijska mreža ABC je poročala, da gre morda za začetek konca in da Iračanom brez ameriške pomoči ne bi uspelo zrušiti kipa niti vladavine iraškega diktatorja (Tumber, Palmer 2004: 110). Glede na to, da se je dogodek odvijal v neposredni bližini hotela Palestina, kjer je bila nastanjena večina zahodnih novinarjev, je bilo mnogo ugibanj o tem, ali ni šlo za načrtno pripravljen dogodek. Vsekakor je upravičeno razlagati dogodek kot simboličen, vendar je bila televizijska predstavitev takšna, da je simboličnost dogodka dodatno okrepila (Tumber, Palmer 2004: 110). 13. decembra 2003 so ameriške enote prijele Sadama Huseina. Svet so obšli posnetki zdravstvenega pregleda, ki mu je bil podvržen. Posnetki so bili del koalicijske strategije javnosti čim boljše predstaviti, da je z njegovim režimom konec (Tumber, Palmer 2004: 135).

5.10 Ostanki Sadamovega režima

V začetku je bilo poročanje o tej temi predstavljeno tako, kot da gre le za nekaj zadnjih jeter odpora, s katerimi je treba opraviti. V medijih so izpostavili predvsem Sadama in njegovo bližnjo družino, ki so jih predstavili kot paket kart najbolj iskanih ljudi. Ker se je Sadam nenehno pojavljal na arabskih medijih in s tem potrjeval, da je živ, so arabski mediji postali trn v peti. Poleg nagovorov Sadama Huseina in Osame bin Ladna so arabski mediji nenehno prikazovali posnetke napadov na koalicijske sile, ki so se precej razlikovali od poročanja zahodnih medijev. Sredi septembra 2003 je Al Džazira poročala o napadu, v katerem je bilo ubitih osem ameriških vojakov, ameriški viri pa so vztrajali, da sta bila ranjena le dva vojaka (Tumber, Palmer 2004: 116).

Za politiko je bilo po koncu napada pomembno zlasti prijetje posameznikov, dokumentov ali objektov, ki bi lahko dokazali obstoj orožja za množično uničenje. Tako so ameriški vojaški viri ob prijettju Sadamovega osebnega tajnika v sredini junija 2003 javno predstavili optimizem, da jih bo to pripeljalo do Sadama in njegovih sinov. Poleg tega dogodka je bilo veliko medijske pozornosti namenjene še drugim prijettjem ali predajam članov prejšnjega režima, kaj se je v nadaljevanju dogajalo s temi osebami, pa se je poročalo le malo ali nič (Tumber, Palmer 2004: 117).

Veliko se je govorilo in pisalo o odkritjih množičnih grobov žrtev prejšnjega režima in o dokazih zlorabljanja človekovih pravic, kar je tudi postalo eno izmed opravičil politike za napad na Irak. Po razglasitvi konca velikih bojnih operacij se je medijsko poročanje osredotočilo na razmere v Iraku, rekonstrukcijo in normaliziranje razmer. Z imenovanji nove izvršilne oblasti in podobno sta ameriška in britanska vlada želeli poudariti, da je vojna končana in da se njeni cilji uresničujejo.

6. PRIMERJAVA POROČANJA IN PROPAGANDE V PRVI IN DRUGI ZALIVSKI VOJNI

V obeh vojnah je bilo pred začetkom samega konflikta veliko zmede glede vzrokov za napad in dogodkov, ki so do njega vodili. Zaradi izkušenj ameriške javnosti s prvo zalivsko vojno in poznejšimi vojnamo lahko rečemo, da je bil bolj izobražen del javnosti kritičnejši, saj so mnogi dvomili o resničnosti obstoja orožja za množično uničenje in da je Irak neposredna grožnja zahodnemu svetu (Boyd-Barret v Allan, Zelizer 2004: 28). Množične protivojne demonstracije so potrdile domnevo o dvomih javnosti. V nasprotju s prvo zalivsko vojno so se med drugo temeljni principi vojne sesuli že po prvih bojih v prvih tednih vojne. Vedno bolj je namreč postajalo jasno, da je vojna temeljila na pretiranih trditvah in prevarah (prav tam). Primerjalna analiza propagande in poročanja ameriških medijev med prvo in drugo zalivsko vojno temelji na točkah propagande, kot jih opredeljujeta Jowett in O'Donnellova (1999: 213) in nekaterih, ki souporabljene v delu *Propaganda in War*.

1. Ideologija in namen propagandne kampanje

Ideologija nudi nek konceptualni okvir za razumevanje politične in družbene realnosti. Namen propagande je sprejemanje propagandistove ideologije tako na domači kot na nasprotnikovi strani. Prevladujoča ideologija v ZDA temelji na načelu participativne demokratične politike in svobodni ekonomski strukturi. Temelji ideološki pojem pa je svoboda.

- V prvi zalivski vojni je bil pomemben konflikt med tiranskim diktatorskim režimom v Iraku in svobodnim, demokratičnim narodom Kuvajta. ZDA kot vzor svobode in demokracije so torej tiste, ki zatiranemu iraškemu ljudstvu prinašajo svobodo in rešujejo Kuvajt pred diktatorskim blaznežem. Znotraj tega poslanstva so ZDA spregledale pomanjkanje demokracije v Kuvajtu že pred iraško okupacijo, pa tudi po koncu vojne v Kuvajtu ni bil vzpostavljen demokratični red, poleg tega pa se je na oblasti obdržal Sadam Husein, torej iraškemu ljudstvu vojna ni prinesla svobode in demokracije, kot je bilo načrtovano pred vojno.
- Tudi v drugi zalivski vojni je bil ključni ideološki pojem svoboda. ZDA so tokrat »osvobajale« ves svet terorističnih napadov z orožjem za množično

uničenje, poleg tega pa je bil cilj vojne tudi vnos demokracije in svobode v Irak in celotno regijo.

- Prva zalivska vojna je bila po besedah ameriških oblasti vojna za osvoboditev Kuvajta in kuvajtskega naroda, druga zalivska vojna pa vojna za osvoboditev Iračanov.
- Humanitarna opravičila za vojno, uporabljena že med prvo zalivsko vojno, so bila znova aktualna in so služila kot legitimacijsko sredstvo zavezniškemu posredovanju v Iraku (Robinson 2004: 107).

2. Kontekst propagande

Učinkovita propaganda se ujema s prevladujočim razpoloženjem nekega časa, nujno pa je tudi razumevanje zgodovinskega in mitološkega konteksta neke regije, poznati je treba pretekle dogodke, ki so se v določeni regiji zgodili (Malešič 1997: 43).

- V prvi zalivski vojni je spomin na vietnamsko vojno igral pomembno vlogo. V obdobju priprav na vojno je ameriška oblast nenehno ponavljala, da »to ne bo še en Vietnam«. Vietnamska vojna je v spominu in srcih Američanov ostala zapisana kot boleča izkušnja, poraz, ki naj se nikoli ne ponovi. Gesla, kot so npr. *Podpirajte naše čete, čeprav ne podpirate vojne* in *Tokrat bomo zmagali*, so imela močan učinek na podporo ameriške javnosti. Poleg tega se je v senci vietnamske izkušnje izoblikoval tudi odnos med vojsko in mediji, sistem poolov in cenzura so bile posledice domneve, da so za poraz v vietnamski vojni krivi mediji in visoka javna podpora omejitvam medijev.
- Druga zalivska vojna je bila nadaljevanje boja proti terorizmu, ki se je začel po terorističnih napadih 11. septembra 2001 in čigar del je bila tudi vojna v Afganistanu. Teroristični napadi leta 2001 so bili prvi napad na ZDA po napadu na Pearl Harbour v drugi svetovni vojni in so pretresli ameriško javnost, predvsem zaradi njihove nepričakovanosti in velikega števila žrtev. Vojna v Iraku leta 2003 je bila torej del ameriških posredovanj na Bližnjem vzhodu z namenom preprečiti nadaljnje teroristične napade. Pojavljale so se tudi primerjave s prvo zalivsko vojno, pogosto je bilo omenjeno, da je Sadam Husein po prvi zalivski vojni pogosto kršil dogovore in resolucije ZN.

Pomemben dejavnik, ki ga moramo upoštevati, je tudi zaupanje javnosti v izboljšanje razmer po vojni.

- Ameriko so pred prvo zalivsko vojno pestili brezposelnost, recesija, problemi v zdravstvu, šolstvu, gospodarstvu in drugi.
- Pred drugo zalivsko vojno so se ZDA ukvarjale s terorizmom, javnost je po 11. septembru 2001 živela v strahu pred novimi terorističnimi napadi.

3. Identifikacija propagandista in struktura propagandne organizacije

Propaganda kot stroka ima močno in centralizirano vodstvo in hierarhično ureditev kot druge velike organizacije. Takšna struktura zagotavlja specifične cilje in sredstva za njihovo uresničevanje, na voljo ima namreč vrsto medijev, prek katerih širi svoje propagandno sporočilo (povzeto po Malešič 1997: 44). Najbolj uspešna propaganda je običajno tista, ki izhaja od neke močne, centralizirane oblasti, ki dosledno širi sporočila. Pri analizi propagandne organizacije je treba upoštevati tudi zadane cilje in izbor medijev za prenos teh ciljev.

V obeh zalivskih vojnah je bilo v propagandne kampanje vpleteno veliko število organizacij in institucij. Nekatere izmed njih je lažje odkriti, medtem ko se za druge izve šele čez čas ali nikoli. V obeh vojnah so bile v propagandno dejavnost zagotovo vpletene številne službe ameriških oboroženih sil in vlade, vlada sama, tudi zasebne organizacije in mediji ter seveda ameriški predsednik.

4. Ciljna publika

Analiza propagande mora vsekakor vsebovati tudi analizo ciljnega dela javnosti. Propagando je treba prilagajati značilnostim in politični kulturi ciljne skupine. Pomembno je, da pri analizi propagande upoštevamo tudi analizo in razumevanje sprejetih norm neke skupine. V raziskavah se je izkazalo, da ljudje ostajajo zvesti skupini tudi takrat, ko skupina sprejme odločitve, ki niso v skladu s sprejetimi normami in prepričanji, to pa propagandisti spretno izkoriščajo (povzeto po Malešič 1997: 45).

Odziv javnosti na propagando je mogoče oceniti s proučevanjem javnega mnenja in spremljanjem vedenja javnosti. Izkazalo se je namreč, da ljudje radi ponavljajo razumske trditve in uporabljajo enako terminologijo tisti, ki jo je propagandist širil prek medijev (Malešič 1997: 46).

- V primeru obeh vojn v Iraku je bil cilj propagandne kampanje širša javnost. Kulturne in socialne značilnosti ameriške javnosti skupaj z ideološkimi načeli svobode so nudile plodna tla za propagandno kampanjo proti tiranskemu Sadamu Huseinu. Za ameriške medije je značilno tudi, da so resno novinarsko

delo zamenjali prispevki in poročila bolj v obliki šova, s tem pa »so vizualni mediji svet zreducirali na spektakel« in so »staro obljubo, da bodo gledalcem približali svet, obrnili ravno v nasprotno smer« (Jakopič 2004: 39). Andersen zato pravi, da je takšno poročanje medijev, še posebno televizije, bolj prikrivalo kot pa razjasnilo zapletenost konflikta in ustvarjalo razpoloženje, v katerem javnost ni želela in ni bila sposobna razumeti politike, delovanja in motivov ameriške vlade. V tem kontekstu dramatičnosti so bili tudi posnetki žalujočih družin mrtvih ali zajetih ameriških vojakov, upočasnjeni posnetki nočnega reševanja junaka in podobno. Takšni posnetki so prikazovali častni namen vojne, s tem pa tudi izgubo življenj ameriških vojakov za plemeniti cilj (2003: 220, 223).

5. *Tehnike izkoriščanja medijev*

- V prvi zalivski vojni je koalicija izkoriščala dnevne tiskovne konference, ki so se na televiziji prikazovale vsako popoldne. Ti prenosi konferenc so bili za mnogo Američanov osrednji vir informacij in so bili kot taki zelo učinkovit vir propagande. Prek televizijskih prenosov tiskovnih konferenc so javnost seznanili s potekom dogodkov že pred začetkom vojne in tudi med njo. Center za ustavne pravice je vložil tožbo proti Pentagonu zaradi cenzure med prvo zalivsko vojno, med drugim so kot razloge navedli obvezno cenzuriranje intervjujev, fotografij in spreminjanje vedenja vojakov, kadar so bili navzoči novinarji, ne zaradi varnostnih razlogov, temveč zaradi zagotavljanja pozitivnega poročanja o vojski (Andersen 2003: 221).
- Ob začetku druge zalivske vojne in prvih napadov so ameriške televizije prikazovale posnetke bombardiranja Bagdada, rožnatega dima, ki se je dvigoval nad mestom. V nadaljevanju bojev so gledalci spremljali dogajanje prek resničnostnih posnetkov iz vojaških vozil, kot bi bili tam. Televizija kot medij ne posreduje resničnega hrupa, nasilja in krute narave vojne, zatorej je lahko za gledalce nekakšen adrenalinski podvig brez odgovornosti. Posnetki na televizijah niso prikazovali posledic vojne za iraško prebivalstvo, tisti, ki jih je zanimalo tudi to, so novice o posledicah vojne in ranjenih civilistih našli na svetovnem spletu (Andersen 2003: 225).

Mediji niso izpolnili svoje vloge objektivnega posrednika informacij, ki bi jih pred posredovanjem javnosti kritično preverili in ocenili. Neprestana opozorila o tem, kakšno

grožnjo pomeni Irak, in poročanje o vojni so nadomestila iskrene in temeljite analize dejstev in posledic, ki sta jih vojni imeli za Američane in nasprotno stran. Mediji so se osredotočili na moč ameriškega orožja in grozodejstva Sadama Huseina, niso pa razkrili širšega okvira dogajanja (Spencer in Cutaia 2003: 169). Kmalu po koncu vojne so ameriški mediji vojno razglasili za uspeh, čeprav niso bile opravljene globlje analize posledic (Solomon 2003: 248).

6. Posebne tehnike za povečanje učinka

Razumevanje dovzetnosti javnosti in ustvarjanje složnosti znotraj ciljne publike.

- Ameriška vlada je pred začetkom vojne leta 1991, po napadu na Kuvajt, ponudila kar nekaj različnih propagandnih strategij. Ameriške javnosti v začetku niso prepričali razlogi, da morajo ZDA braniti suverenost Kuvajta, meje Savdske Arabije ali ameriške naftne interese. Obtožba predsednika Busha starejšega, da je Sadam Husein bolj okruten od Hitlerja, je javnosti sprejela kot tehten razlog za pošiljanje ameriških sil na Bližnji vzhod. Med vojno samo pa se je pojavila strategija podpore ameriškim četam ne glede na odnos do vojne, ki je v podpori ameriškim vojakom združila tako tiste, ki so se strinjali z vojno, kot tiste, ki so bili proti njej.
- V vojni proti Iraku leta 2003 je bil glavni dejavnik, skupen ameriški javnosti, strah. Ameriška vlada je ob opravičevanju razlogov za napad stalno opozarjala na to, da bo Amerika po tem, ko opravi z Irakom, varnejša.

Uporaba metafor in podob

S selektivno uporabo metafor in podob je mogoče pridobiti javno podporo za propagandistovo stališče in razlagati dogodke, ki oblikujejo in manipulirajo zaznave javnosti.

- 20. avgusta 1991 je predsednik Bush starejši razglasil, da so vsi Američani v Kuvajtu pravzaprav talci. Beseda talci je prebudila spomine na iransko krizo s talci v osemdesetih.¹³ Poleg tega so imele močan učinek na javnost tudi primerjave Huseina s Hitlerjem. V obeh zalivskih vojnah je ameriška vlada Sadama Huseina primerjala s Hitlerjem (glej priloga B), krutosti Hitlerja so primerjali z

¹³ Leta 1979 je skupina skrajnih iranskih študentov vdrla v ameriško veleposlaništvo v Teheranu in zadrževala 63 talcev.

domnevnimi krutostmi Huseina (množični poboji šiitov, genocid proti Kurdom), teh primerjav pa so se posluževali tudi mediji (Internet 15).

- Na televizijski postaji CBS so objavili posnetke embedded novinarja, ki so prikazovali ranjene otroke, hkrati pa so prikazali tudi koalicijske vojake, ki so jih tolažili in skrbeli za njih. Novinar je poudaril, da so vojaki takoj priskočili na pomoč ter da si želijo, da jim tega ne bi bilo treba početi, vendar bodo z zrušenjem režima v Iraku odstranili nevarnost, ki jo pomeni ta režim njihovim družinam (Andersen 2003: 225). Podobe reševanja in skrbi za ranjene so bile tudi osrednji del zgodbe o dvanajstletnem fantu, ki je v ameriških napadih izgubil 16 članov družine in je trpel za hudimi opeklinami ter poškodbami rok, ki so jih pozneje amputirali. V ameriških medijih so poročali, kako ga je ameriška vojska evakuirala v Kuvajt, kjer so zanj poskrbeli najboljši zdravniki (Borgman 2003: 258). Podobe ameriških vojakov in vojske nasploh kot humane in pripravljene pomagati so bile le del taktike, kako prepričati javnost, da so Američani v vojni na strani dobrega. Polarna delitev sveta na dobro in zlo je postala temelj Busheve komunikacijske strategije.
- Paket kart z najbolj iskanimi Iračani (Sadam Husein kot pikov as) je bila zanimiva novost družb za stike z javnostmi, s katero so Američanom približali iskanje in lov na te ljudi po koncu večjih bojnih operacij leta 2003 (Solomon 2003: 248).
- Ustvarjanja mita vojne kot čiste, natančne in človekoljubne je del propagandne kampanje, v kateri se kljub številnim žrtvam na vojaški in civilni strani predstavlja orožje kot izjemno natančno in spopad kot sredstvo za doseg miroljubnih ciljev, vzpostavitev demokracije in svobode. V drugi zalivski vojni je bilo prav tako kot v prvi veliko pozornosti namenjene natančnosti orožja, le da je šlo za drugačno raven, saj so nekateri mediji pisali celo o vojni brez žrtev (Keeble 2004: 53).

Kredibilnost virov

Mnenja strokovnjakov so učinkovit način ustvarjanja legitimnosti. Viri informacij so pomemben del preučevanja propagande, še posebno pomembno je vprašanje kredibilnosti virov in kako je le-ta izkoriščena. Celo zelo kredibilen vir se lahko selektivno uporabi in tako z njim manipulira. Avtoriteta ljudem nudi informacije, hkrati pa jih usmerja. Za začetek spreminjanja obnašanja ljudi je bistvenega pomena uporaba mnenj že uveljavljenih strokovnjakov.

Tako med prvo kot tudi med drugo zalivsko vojno so se ameriški mediji zanašali na vladne, vojaške strokovnjake ali vladne vires. Ob tem je treba opozoriti, da takšni viri informacij delujejo v skladu s politiko vlade, vendarle je naloga medijev in novinarjev njihove izjave preveriti in kritično oceniti. Vzroki za prevladovanje teh virov so tudi potreba po hitrem in nenehnem poročanju, med vojno pa so ti viri tudi najlažje dostopni.

Uporaba jezika, pretiravanja, namigovanja

Zavedno širjenje napačnih trditev, tudi uporaba simbolov in izrazov, ki močneje učinkujejo na množico.

- Drugega aprila 2003 je vojska posredovala zgodbo o reševanju vojakinje Jessice Lynch. Zgodbo so ameriški mediji pograbili in med drugim zapisali: »zgodba, ki se bo zapisala v zgodovino, Jessica prihaja domov« (CBS), »vojna ujetnica se dobro počuti« (Internet 4), »vojaki poskrbeli za Jessico po dramatičnem reševanju« (Internet 14), »Lynchevo med silovitim bojem ustrelili in zabodli« (Internet 13). Pozneje se je izkazalo, da vojakinja ni bila niti ustreljena niti zabodena, temveč je bilo njeno reševanje dobro organizirana propagandna kampanja v času, ko je vojna postajala bolj problematična, kot je bilo pričakovati, in je prikazovala patriotizem ter pogum ameriških vojakov, potreben za dvig morale in podpore vojni (Andersen 2003: 226, 227).
- Padec kipa Sadama Huseina je bila še ena od propagandnih potez, s katero bi okrepili moralo in podporo vojni. Namen posnetkov padca kipa Sadama Huseina je bilo prikazati simboličen konec vladavine tiranskega diktatorja kot dogodek zgodovinskega pomena, poleg tega pa je bilo pomembno tudi, da se potrdi domneva o Iračanih, ki bodo osvoboditelje pričakali odprtih rok, kot so nekateri napovedovali pred vojno. Kot je dejal televizijski kritik, je simbolična moč dogodka zasenčila kruta dejstva (Anderson 2003: 229).
- Kot eden izmed razlogov za vojni v Iraku se je tako leta 1991 kot tudi 2003 pojavljal argument o krutostih iraškega režima do lastnega prebivalstva. Čeprav zagotovo drži, da je bil režim Sadama Huseina okruten, se je ameriška vlada zatekala k lažem in propagandi. Po prvi zalivski vojni se je izkazalo, da je bila zgodba o dojenčkih, ki so jih odstranili iz inkubatorjev, zgolj propagandna poteza družbe Hill & Knowlton (Rampton in Stauber 2003: 241).

- Ponavljanje preprostih, čustvenih besed, kot so npr. vojna proti terorizmu, os zla, orožje za množično uničenje, vojna za osvoboditev, pametne bombe in postranska škoda.

Vzbujanje čustev

- Zagotovo je bilo v drugi zalivski vojni najbolj prevladujoče čustvo strah. Strah je tisti dejavnik, ki ljudi lahko prepriča za neka dejanja. Sistem alarmiranja pred nevarnostjo terorističnih napadov, ki je v Ameriki prišel v uporabo po 11. septembru 2001, je bil učinkovito sredstvo zastraševanja ljudi. Ne da bi javnost obvestili o tem, kako naj se čimbolje zavarujejo, so množični mediji poročali o spremembah stopnje ogroženosti in tako pripomogli k strahu pred nevidnim sovražnikom. Spencer in Cutaia trdita, da je edini namen takšnega obveščanja javnosti o nenehni nevarnosti zmanjšanje zaupanja Američanov in spodbujanje kulture strahu, v kateri trenutno živi Amerika (2003: 170).
- Med prvo zalivsko vojno je bil manjšim lokalnim ameriškim televizijskim postajam omogočen večji dostop do bojišč, saj so poročale in posredovale sporočila vojakov v domači kraj, s tem pa posledično dvigovale moralo. Med drugo zalivsko vojno so tako poročanje prevzele tudi nekatere večje televizijske postaje, ki so s pomočjo sodobne tehnologije povezale vojake v Iraku z njihovo družino doma ter prenašale njihove pogovore in predstavile njihove zgodbe (Andersen 2003: 222).

7. Monopol nad viri informacij

V času obeh vojn sta bili vojaška organizacija in vlada tisti, ki sta imeli monopol nad viri informacij. Zaradi oddaljenosti Iraka ter njegovih specifičnih lastnosti (podnebje, prehodnost) so bili novinarji odvisni od vojske glede transporta, varnosti, predvsem pa dostopa do informacij.

8. Odzivi javnosti na različne propagandne tehnike

Na splošno lahko rečemo, da je bila propaganda ameriške vlade zelo uspešna v pridobivanju podpore ameriške javnosti za vojno.

- V raziskavi, ki je bila opravljena februarja 1991, je bilo ugotovljeno, da je 84 odstotkov vprašanih podpiralo odločitev predsednika Busha starejšega, da proti Iraku uporabi oboroženo silo. V nadaljevanju raziskave pa so bili rezultati

naslednji: le 13 odstotkov vprašanih je vedelo, da so ZDA pred napadom Iraka na Kuvajt iraški oblasti dale vedeti, da se ne bodo vmešavale; le 2 odstotka vprašanih sta vedela, da je vzrok iraškega napada zniževanje cen nafte; po drugi strani pa je 81 odstotkov vprašanih vedelo ime raket (Patriot) in 80 odstotkov jih je vedelo, da je Sadam proti Iranu in lastnemu narodu uporabil kemično orožje. Raziskali so še povezavo med znanjem, gledanjem televizije in mnenjem o vojni. Ugotovili so, da so tisti, ki so gledali televizijo več kot tri ure na dan, dvakrat bolj verjetno verjeli (v primerjavi s tistimi, ki so gledali televizijo manj kot tri ure na dan), da je bil Kuvajt demokracija, 67 odstotkov takih pa tudi ni vedelo za ameriško podporo Iraku v iransko-iraški vojni in kar 76 odstotkov jih je podpiralo vojno (Morgan, Lewis, Jhally 1992: 216–232).

- V raziskavi, opravljeni poleti 2003 na univerzi v Marylandu, so raziskovali dožemanje ameriške javnosti v povezavi z vojno v Iraku. Izmed več kot 3300 vprašanih jih je 48 odstotkov verjelo, da so ZDA našle dokaze o sodelovanju Iraka z Al Kajdo, 22 odstotkov jih je verjelo, da so našli orožje za množično uničenje in 25 odstotkov je verjelo, da svetovno javno mnenje podpira ZDA v vojni v Iraku. Izkazalo se je, da je pogostost teh napačnih predstav odvisna od primarnega vira novic vprašanega. Delež teh, ki so verjeli v vsaj eno od napačnih predstav, se razteza od 23 odstotkov (primarni vir nacionalni radio/televizija), pa vse do 80 odstotkov (primarni vir Fox News). Napačne predstave so bile tudi povezane s podporo vojni: izmed tistih, ki niso verjeli niti v eno izmed omenjenih napačnih predstav, jih je vojno podpirala ena četrtina, medtem ko je bila podpora vojni med tistimi, ki so verjeli v vse tri napačne predstave kar 86-odstotna (Internet 18).

9. *Protipropaganda*

V Ameriki so tako med prvo kot med drugo zalivsko vojno obstajali poskusi kljubovanja propagandi ameriške vlade. Različne organizacije so ponujale mirne rešitve krize, organizirane so bile proti vojne demonstracije.

Strokovnjaki so opozarjali, da druga zalivska vojna krši mednarodno pravo in bo povečala verjetnost terorističnih napadov, s tem pa bo svet nevarnejši. Kljub opozorilom je le malo protivojnih pogledov prodrlo do večjih medijev, saj so mediji prevzeli mišljenje predsednika Busha mlajšega »ali si z nami, ali si s teroristi« (Rampton, Stauber 2003: 231).

10. Učinki in ocene

Najbolj pomembno je vprašanje, ali so bili doseženi cilji propagandne kampanje. Če niso bili doseženi vsi, kateri so bili. Analize učinkov je mogoče opraviti na podlagi javnomnenjskih raziskav.

- V zalivski vojni leta 1991 so bili kratkoročni cilji propagande uspešni. Po prvi zalivski vojni je bila zagotovljena suverenost Kuvajta, vendar sistem demokracije v Iraku ni zaživel, saj je na oblasti ostal Sadam Husein, ki so ga pred vojno prikazovali kot glavno oviro novemu svetovnemu redu.
- Tudi po drugi zalivski vojni se (zaenkrat) zdi, da zaveznikom v regijo ni uspelo »uvoziti« svobode in demokracije. Sadam Husein je bil odstranjen z oblasti, vendarle se zdi, da je pot do svobode in demokracije v Iraku še dolga.
- Kot uspeh vojaškega nadzora nad mediji v obeh vojnah bi lahko izpostavila pomanjkanje medijskega poročanja o žrtvah. V drugi zalivski vojni je javnost lahko ujela nekaj novic o žrtvah, vendar je bila večina teh poročil takšnih, da so te žrtve nujne. Večina ameriških televizijskih mrež je poročanje o vojni tako prilagodila, da je bila vojna bolj sprejemljiva. Zelo pozitivno so poročale televizijske postaje Fox News, MSNBC in CNN (Solomon 2003: 249).

7. SKLEP

Ali bi lahko sklenili, da je šlo tako v prvi kot tudi v drugi zalivski vojni za načrtno širjenje novic, informacij, argumentov in pozivov z namenom vplivanja na misli, dejanja in prepričanja določene skupine? Propaganda je dandanes pomemben element domala vseh oboroženih spopadov in nič drugače ni bilo v prvi in drugi zalivski vojni.

Na obeh straneh v spopadu je bilo več propagandistov. Propagandist, na katerega sem se osredotočila v svojem diplomskem delu in je bil vpleten v obeh vojnah, torej ameriška vlada, je deloval zelo usmerjeno, prepričljivo, načrtno, z natančno določenimi cilji, poleg tega je imel v vojnah podporo medijev. Ameriška oblast se je dobro zavedala pomena podpore domače javnosti, hkrati pa je vedela, kako jo pridobiti. Z obujanjem spominov na pretekle slabe izkušnje z Irakom je ameriška vlada javnost pripravila do tega, da je ustvarila neko mnenje in odnos do te teme. S pomočjo množičnih medijev je javnosti predstavila poenostavljeno in posplošeno sliko realnosti, glavnega krivca Sadama Huseina kot zlobneža, ki mu ni para, Ameriko pa kot odrešiteljico zatiranega iraškega naroda in varuha miru in svobode. Pred začetkom obeh vojn je bila propaganda uspešna, saj je bila podpora javnosti zelo visoka (več kot 70 odstotkov). V nadaljevanju vojn je ameriška oblast z omejevanjem poročanja medijev še naprej ohranjala visoko podporo javnosti, medtem pa je medijsko poročanje vse bolj izgubljalo svojo informativno vrednost. Med prvo zalivsko vojno je ameriška vojska vpeljala sistem novinarskih ekip, tako imenovanih poolov, ki je le peščici novinarjev dovoljeval dostop do bojišč, medtem ko so se drugi zanašali na tiskovne konference. Med tiskovnimi konferencami so prikazovali posnetke »pametnih« bomb in uporabljali izraze kot npr. stranska, obrobna škoda in tako poskrbeli, da v medijskem poročanju ni bilo preveč krute realnosti vojne. Med vojno v Iraku leta 2003 sta vojska in oblast uvedli bojnoformacijsko novinarstvo, tako imenovani embedding, s katerim sta skušali organizirano vplivati na poročanje medijev, in sicer tako, da so novinarje dodelili četam, kjer so lahko spremljali le del vojnega dogajanja, poleg tega so identificirali novinarje s četami. V dvanajstih letih je tehnologija prenosa podatkov močno napredovala, v nasprotju s prvo zalivsko vojno novinarji leta 2003 niso bili več odvisni od vojske, kar se tiče sistema komunikacij. Če so bili poročevalci med prvo zalivsko vojno podvrženi strogi cenzuri in preverjanju poročil, poleg tega pa še popolnoma odvisni glede pošiljanja teh poročil, so bili novinarji leta 2003 v tem pogledu neodvisni. Vendarle medijem tudi v drugi zalivski vojni ni uspelo ohraniti kritične distance do vojne, ameriške oblasti in ameriške vojske. Iz tega lahko

sklepam, da torej tehnologija ni bil tisti dejavnik, ki bi zaradi večje samostojnosti medijev vplival na kritično distanco in objektivno poročanje medijev. Dejavniki, kot so nacionalizem, patriotizem, pristranost ameriških novinarjev do čet lastne države, identificiranje novinarjev z vojsko ter odvisnost od ameriške vlade, oglaševalcev, korporacij in tudi javnosti, so vzroki, zaradi katerih ameriški mediji med vojno navijajo za ameriško stran. Na podlagi tega lahko potrdim prvo hipotezo.

V okviru druge hipoteze sem želela predstaviti povezavo med visoko podporo javnosti za vojni v Iraku in načinom poročanja ameriških televizijskih mrež, ki z omejenim poročanjem vplivajo na predstave javnosti. S prikazovanjem vojne kot čiste, brez žrtev, trpljenja, s posredovanjem propagande in patriotizma se v javnosti ustvari izkrivljena slika dejanskega stanja. V diplomskem delu sem raziskala posamezne primere propagande, kako so jih mediji prikazali in koliko je to vplivalo na odziv javnosti. Iz analize opravljenih raziskav sem ugotovila, da je način poročanja ameriških medijev močno vplival na odnos javnosti do vojne. Tisti, ki so informacije o vojni dobivali pretežno prek televizij in so televizijsko poročanje intenzivneje spremljali, so nekritično sprejemali trditve ameriške vlade, posledično pa tudi bolj podpirali vojni leta 1991 in 2003. Iz teh sklepov potrjujem drugo hipotezo.

Zakaj se po drugi zalivski vojni toliko piše, govori in polemizira glede neodvisnosti novinarjev, poročanja in vojne propagande, medtem ko so kritike po prvi zalivski vojni ostale v večji meri preslišane? Prva zalivska vojna se v očeh javnosti končala hitro, uspešno in »čisto«, tj. brez večjih žrtev med ameriški vojniki, v spominu je ostala kot čista vojna s prizori kot iz računalniških igrice, kot bleščeča zmaga zavezniških sil pod vodstvom ZDA, medtem ko je bila druga zalivska vojna v tem pogledu popolnoma drugačna. Ključna razlika je tudi v tem, da so bili razlogi za vojno leta 2003 ovrženi in se tudi novinarji sprašujejo ter opravičujejo za svoje napačno poročanje o teh temah (v letu 2004 sta se za svoje poročanje pred vojno in med njo v Iraku leta 2003 opravičila ameriška časopisa New York Times in Washington Post, zaradi premajhne kritičnosti do virov informacij, premajhne pozornosti, namenjene nasprotnikom vojne, premalo kritičnosti do razlogov za vojno ipd.). Ogromno število ranjenih in mrtvih Američanov, nobenega orožja za množično uničenje ter nobenih trdnih dokazov o povezavi Sadama Huseina s teroristično mrežo Al Kajda in terorističnimi napadi 11. septembra 2001, skupaj z rekonstrukcijo Iraka, ki poteka daleč od pričakovanj, so vzroki, da je skoraj tri leta po koncu razglasitve večjih bojnih operacij (aprila 2006) 51 odstotkov Američanov menilo, da je bil napad na Irak napaka.

8. LITERATURA

8.1 Samostojne publikacije

1. Allan, Stuart, Zelizer, Barbie (2004): *Reporting war, Journalism in warfare*. London, New York: Routledge.
2. Bardes A. Barbara, Oldendick W. Robert (2003): *Public opinion: Measuring the American mind*. Belmont, CA: Wadsworth/Thomson Learning.
3. Bennett, Lance W., Paletz, David L. (1994): *Taken by storm: The media, Public Opinion, and U.S. Foreign Policy in the Gulf War*. Chicago, London: The University of Chicago Press.
4. B. Hrvatin, Sandra, J. Kučić, Lenart, Petković Brankica (2004): *Medijsko lastništvo, Vpliv lastništva in pluralizem medijev v Sloveniji in drugih postsocialističnih državah*. Ljubljana: Mirovni inštitut, zbirka Mediawatch.
5. Chomsky, Noam (2002): *Media Control: The Spectacular Achievements of Propaganda*. New York: Seven Stories Press.
6. Denton, Robert E.; Woodward Gary C. (1998): *Political Communication in America, 3rd edition*. Westport, Connecticut, London: Praeger Series in Political Communication.
7. Ferfila, Bogomil (2002): *ZDA*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
8. Jeffords, Susan, Rabinovitz, Lauren (1994): *Seeing through the media: The Persian Gulf War*. New Brunswick, New Jersey: Rutgers University Press.
9. Jowett, Garth S., O'Donnell, Victoria (1999): *Propaganda and Persuasion, Third edition*. Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage Publications, Inc.
10. Lippmann, Walter (1999): *Javno mnenje*. Ljubljana: Knjižna zbirka Javnost, Fakulteta za družbene vede.
11. Malešič, Marjan (1997): *Propaganda in war*. Stockholm: Styrelsen för psykologiskt försvar.
12. Malešič, Marjan (2000): *International security, mass media and public opinion*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
13. Miller, David (2004): *Tell me lies, Propaganda and Media Distortion in the Attack on Iraq*. London, Sterling, Virginia: Pluto Press.

14. Mowlana, Hamid, Gerbner, George, Schiller, Herbert I. (1992): *Triumph of the Image: The Media's War in the Persian Gulf – A Global Perspective*. Colorado, Oxford: Westview Press.
15. Pečjak Vid (1994): *Psihologija množice*. Ljubljana: Samozaložba.
16. Pečjak, Vid (1995): *Politična psihologija*. Ljubljana: Samozaložba.
17. Snow Nancy (1998): *Propaganda Inc., Selling America's culture to the world*. New York: Seven Stories Press.
18. Splichal, Slavko (1997): *Javno mnenje, Teoretski razvoj in spori v 20. stoletju*. Ljubljana: Knjižna zbirka Javnost, Fakulteta za družbene vede.
19. Taylor, Philip M. (1992): *War and the Media: Propaganda and Persuasion in the Gulf War*. Manchester, New York: Manchester University Press.
20. Tumber, Howard, Palmer, Jerry (2004): *Media at war, The Iraq Crisis*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage Publications.
21. Vreg, France (2000): *Politično komuniciranje in prepričevanje*. Ljubljana: Knjižna zbirka Javnost, Fakulteta za družbene vede.
22. Vreg, France (2004): *Politični marketing in demokracija*. Ljubljana: Knjižna zbirka Javnost, Fakulteta za družbene vede.
23. Young, Peter, Jesser Peter (1997): *The Media and the Military, From the Crimea to Desert Strike*. London: Macmillan Press Ltd.

8.2 Članki v revijah

1. Bečaj, Janez (2001): Mediji in oblikovanje političnega prostora. *Panika* 6(2), 3-9.
2. Craig, Robert L (2004): Advertising, democracy and censorship. *The Public* 11(2), 49–64.
3. Jakopič, Kaja (2004): Vojni spopadi po televiziji. *Monitor ISH* VI/1, 25-45.
4. Pečjak, Vid (2001): Medijska propaganda skozi stoletja. *Panika* 6(2), 10-12.

8.3 Članki v zbornikih

1. Alexander, Alistair (2004): Disruptive technology: Iraq and the internet. V Miller, David (ur.): *Tell me lies, Propaganda and Media Distortion in the Attack on Iraq*, 277-286. London, Sterling, Virginia: Pluto Press.
2. Andersen, Robin (2003): The Made-for-TV »Reality« War on Iraq, From saving Private Lynch to the »Top Gun« President. V Phillips Peter, Project Censored:

- Censored 2004, Media Democracy in Action*, 219-230. New York: Seven Stories Press.
3. Borgman, Marcus (2003): Witness to War. V Phillipis Peter, Project Censored: *Censored 2004, Media Democracy in Action*, 257-259. New York: Seven Stories Press.
 4. Boyd-Barrett, Oliver (2004): Understanding: The second casualty. V Allan, Stuart, Zelizer, Barbie (ur.): *Reporting war, Journalism in warfare*, 25-43. London, New York: Routledge.
 5. Chomsky, Noam (1992): The Media and the War: What War?. V Mowlana, Hamid, Gerbner, George, Schiller, Herbert I. (ur.): *Triumph of the Image: The Media's War in the Persian Gulf – A Global Perspective*, 51-63. Colorado, Oxford: Westview Press.
 6. Curtis, Mark (2004): Psychological warfare against the public: Iraq and beyond. V Miller, David (ur.): *Tell me lies, Propaganda and Media Distortion in the Attack on Iraq*, 70-80. London, Sterling, Virginia: Pluto Press.
 7. Freedman, Des (2004): Misreporting War has a long history. V Miller, David (ur.): *Tell me lies, Propaganda and Media Distortion in the Attack on Iraq*, 63-70. London, Sterling, Virginia: Pluto Press.
 8. Frank, Andre Gunder (1992): A Third-World War: A Political Economy of the Persian Gulf War and the New World Order. V Mowlana, Hamid, Gerbner, George, Schiller, Herbert I. (ur.): *Triumph of the Image: The Media's War in the Persian Gulf – A Global Perspective*, 3-22. Colorado, Oxford: Westview Press.
 9. Keeble, Richard (2004): Information warfare in an age of hyper-militarism. V Allan, Stuart, Zelizer, Barbie (ur.): *Reporting war, Journalism in warfare*, 43-59. London, New York: Routledge.
 10. Kellner, Douglas (2004): 9/11, spectacles of terror and media manipulation. V Miller, David (ur.): *Tell me lies, Propaganda and Media Distortion in the Attack on Iraq*, 144-157. London, Sterling, Virginia: Pluto Press.
 11. Knightley, Phillip (2004): History or bunkum? V Miller, David (ur.): *Tell me lies, Propaganda and Media Distortion in the Attack on Iraq*, 100-108. London, Sterling, Virginia: Pluto Press.
 12. Luostarinen, Heikki (1992): Innovations of Moral Policy. V Mowlana, Hamid, Gerbner, George, Schiller, Herbert I. (ur.): *Triumph of the Image: The Media's War in the Persian Gulf – A Global Perspective*, 128-137. Colorado, Oxford: Westview Press.

13. Moeller, Susan D. (2004): A moral imagination: The media's response to the war on terrorism. V Allan, Stuart, Zelizer, Barbie (ur.): *Reporting war, Journalism in warfare*, 59-77. London, New York: Routledge.
14. Morgan, Michael, Lewis, Justin, Jhally, Sut (1992): More Viewing, Less Knowledge. V Mowlana, Hamid, Gerbner, George, Schiller, Herbert I. (ur.): *Triumph of the Image: The Media's War in the Persian Gulf – A Global Perspective*, 216-236. Colorado, Oxford: Westview Press.
15. Nohrsted, Stig A. (1992): Ruling by Pooling. V Mowlana, Hamid, Gerbner, George, Schiller, Herbert I. (ur.): *Triumph of the Image: The Media's War in the Persian Gulf – A Global Perspective*, 118-128. Colorado, Oxford: Westview Press.
16. Ottosen, Rune (1992): Truth: The First Victim of War? V Mowlana, Hamid, Gerbner, George, Schiller, Herbert I. (ur.): *Triumph of the Image: The Media's War in the Persian Gulf – A Global Perspective*, 137-144. Colorado, Oxford: Westview Press.
17. Rampton, Sheldon, Stauber, John (2003): Weapons of Mass Deception. V Phillipis Peter, Project Censored: *Censored 2004, Media Democracy in Action*, 231-246. New York: Seven Stories Press.
18. Robinson, Piers (2004): Researching US media-state relations and twenty-first century. V Allan, Stuart, Zelizer, Barbie (ur.): *Reporting war, Journalism in warfare*, 96-113. London, New York: Routledge.
19. Rowell, Andy (2004): No blood for oil? V Miller, David (ur.): *Tell me lies, Propaganda and Media Distortion in the Attack on Iraq*, 115-129. London, Sterling, Virginia: Pluto Press.
20. Schiller, Herbert I. (1992): Manipulating Hearts and Minds. V Mowlana, Hamid, Gerbner, George, Schiller, Herbert I. (ur.): *Triumph of the Image: The Media's War in the Persian Gulf – A Global Perspective*, 22-30. Colorado, Oxford: Westview Press.
21. Snow, Nancy (2004): Brainscrubbing: The Failures of US Public Diplomacy After 9/11. V Miller, David (ur.): *Tell me lies, Propaganda and Media Distortion in the Attack on Iraq*, 52-63. London, Sterling, Virginia: Pluto Press.
22. Solomon, Norman (2004): Look, I'm an American. V Miller, David (ur.): *Tell me lies, Propaganda and Media Distortion in the Attack on Iraq*, 157-164. London, Sterling, Virginia: Pluto Press.
23. Spencer, Jason, Cutaia, Christina (2003): Junk Food News and News Abuse. V Phillipis Peter, Project Censored: *Censored 2004, Media Democracy in Action*, 163-170. New York: Seven Stories Press.

24. Stig A. Nohrsted & Rune Ottosen (2000): The globalisation of war news: Challenges for media research. V Malešič, Marjan (ur.): *International security, mass media and public opinion*, 30-60. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

8.4 Internet

- Internet 1: Adolf Hitler, dostopno na <http://www.time.com/time/covers/0,16641,19450507,00.html> (15. oktober 2006).
- Internet 2: After the Fall, dostopno na <http://www.time.com/time/covers/0,16641,20030421,00.html> (15. oktober 2006).
- Internet 3: Building the Case for a New War, dostopno na <http://www.globalissues.org/Geopolitics/MiddleEast/Iraq/BuildingTheCase.aspx#MediaSpinandOfficialPropagandaDuringGulfWarin1991> (18. september 2006).
- Internet 4: Family: Rescued POW in Good Spirits, dostopno na <http://edition.cnn.com/2003/WORLD/europe/04/08/sprj.irq.lynch.family/index.html> (10. oktober 2006).
- Internet 5: Grah, Matija (2003): V postelji s Pentagonom. Dostopno na http://www.delo.si/index.php?sv_path=43,50&id=f505a965ff510ff1744a440ccf51695c04&source=Sobotna+priloga (22. avgust 2006).
- Internet 6: Iraq War, dostopno na http://en.wikipedia.org/wiki/Iraq_war (30. april 2006).
- Internet 7: Izobraževanje za medije: Politično komuniciranje, dostopno na <http://www.media-forum.si/slo/izobrazevanje/politico-komuniciranje/> (19. september 2006).
- Internet 8: Kull, Steven (2004): The Press and Public Misperceptions about the Iraq war. Dostopno na <http://nukweb.nuk.uni-lj.si:2053/pqdweb?index=41&did=665060771&SrchMode=3&sid=1&Fmt=4&VInst=PROD&VType=PQD&RQT=309&VName=PQD&TS=1161013325&clientId=16601&aid=1&cfc=1> (26. julij 2006).
- Internet 9: Kramžar, Barbara (2004): Washington Post se opravičuje. Dostopno na

- http://www.delo.si/index.php?sv_path=43,50&id=cb0e379ea3eb4c1e97ff6c32e578f2a304&source=Delo (17. julij 2006).
- Internet 10: Mecilošek, Robert (2003): ZDA so izgubile medijsko vojno. Dostopno na <http://www.dnevnik.si/clanekb.asp?id=47043#> (17. julij 2006).
 - Internet 11: Poredoš, Robi (2004): NY Times se opravičuje. Dostopno na http://www.delo.si/index.php?sv_path=43,50&id=b421e3933d4ff0988c001a6d1aca7b2704&source=Delo (17. julij 2006).
 - Internet 12: Propaganda, dostopno na <http://www.sourcewatch.org/index.php?title=Propaganda> (30. april 2006).
 - Internet 13: Report: Lynch was Shot, Stabbed in Fierce Struggle with Iraqi Cap, dostopno na <http://www.foxnews.com/story/0,2933,82923,00.html> (10. oktober 2006).
 - Internet 14: Rescued Soldier arrives in Germany, dostopno na <http://edition.cnn.com/2003/WORLD/meast/04/02/sprj.irq.lynch.rescue/index.html> (10. oktober 2006).
 - Internet 15: Smith, Gerard Donnelly (2004): Resistance: In the Eye of the American Hegemon. Dostopno na <http://www.swans.com/library/art10/iraq/smith.html> (15. november 2006).
 - Internet 16: Taylor, Philip (2003): New Media in Modern War. Dostopno na <http://ics.leeds.ac.uk/papers/vp01.cfm?outfit=pmt&requesttimeout=500&folder=40&paper=44> (24. september 2006).
 - Internet 17: The American Public on International Issues, dostopno na http://www.pipa.org/OnlineReports/Iraq/IraqMedia_Oct03/IraqMedia_Oct03_pr.pdf#search=%22iraq%22 (25. september 2006).
 - Internet 18: The State of Iraq's Weapons Programs?, dostopno na <http://www.globalissues.org/Geopolitics/MiddleEast/Iraq/BuildingTheCase.asp#InspectionProcessSoFarRevealsNoReasonForWar> (15. avgust 2006).
 - Internet 19: War, Propaganda and the Media, dostopno na <http://www.globalissues.org/HumanRights/Media/Military.asp> (15. avgust 2006).
 - Internet 20: Weapons of Mass Distraction, dostopno na <http://nukweb.nuk.uni-lj.si:2053/pqdweb?index=13&did=354983801&SrchMode=3&sid=2&Fmt=4&VInst=PROD&VType=PQD&RQT=309&VName=PQD&TS=1161017117&clientId=16601&aid=1> (26. julij 2006).

- Internet 21: 2003 Invasion Of Iraq Media Coverage, dostopno na http://en.wikipedia.org/wiki/2003_invasion_of_Iraq_media_coverage (14. september 2006).

PRILOGE

PRILOGA A: Televizijske postaje Fox News, MSNBC in CNN med spremljanjem vojne leta 2003.



Vir: Internet 21

PRILOGA B: Naslovni strani revije Time leta 1945 in leta 2003.



Vir: Internet 1, Internet 2

PRILOGA C: Smernice in navodila ameriške administracije za delovanje medijev v konfliktih.

Medijem se bo z embedding v prihodnjih vojaških operacijah zagotavljal dolgoročni in najmanj omejujoč dostop do ameriških zračnih, zemeljskih in pomorskih sil. Medijsko pokrivanje prihodnjih operacij bo znatno oblikovalo dojemanje javnosti o nacionalnem varnostnem okolju. To velja tako za ameriško javnost, kot tudi za javnost v koalicijskih državah in javnost v državah kjer se izvajajo operacije, saj njihove zasnave lahko vplivajo na stroške in trajanje naše udeležbe v vojni. Naš končni cilj pripeljati mir in varnost v regijo ter spoštovanje demokratičnih idej, je povezan s tem, da moramo povedati resnično zgodbo, bodisi dobro ali slabo, preden drugi preplavijo medije z dezinformacijami in izkrivljenimi podobami.

Vir: Tumber, Palmer 2004: 16.